



Emmanuel Toniutti

IDENTITÉ DIRIGEANTS, PARLONS CULTURE D'ENTREPRISE !

Au-delà de tous les changements qui se profilent à travers les nouveaux modèles de management, la troisième révolution digitale de l'Internet des objets, la gestion des données et l'utilisation stratégique de l'intelligence artificielle dans les affaires, il reste des fondamentaux qui sont plus que d'actualité. L'un d'eux demeure sans aucun doute la culture d'entreprise. **Par Emmanuel Toniutti, fondateur de l'International Ethics Consulting Group.**

Elle n'est pas rationnelle mais émotionnelle. La culture d'entreprise repose sur trois mots clés qui font son succès : la vision, la mission et les valeurs. À ceux qui pourraient croire que ces mots sont ringards, il suffit de constater que les grandes entreprises au succès mondial que constituent les Gafa (États-Unis) et les BATX (Chine) n'ont jamais transigé sur l'idée de projeter leurs ambitions entrepreneuriales à 50 ans (vision), de décrire très précisément ce à quoi elles ont l'intention de servir (mission) et de définir pour l'ensemble de leurs collaborateurs l'identité sur laquelle ils ne sont pas prêts à transiger (valeurs). Jusque-là rien de révolutionnaire puisque ce vocabulaire est clairement utilisé comme outil de leadership depuis plus de 100 ans. Ce qui est révolutionnaire est la touche émotionnelle qui est désormais donnée à ces mots et surtout la manière dont ils sont transmis à tous les collaborateurs de l'entreprise, ses clients et ses partenaires. Ils définissent une communauté de sens à laquelle la fierté d'appartenance traduit la culture d'entreprise comme l'un des facteurs clé de succès de l'entreprise sur son marché. Au-delà

du produit et de la marque, c'est par la culture que ces entreprises créent un avantage compétitif différenciant par rapport à leurs concurrents. C'est par la croyance qu'elles ont en leur mission et leurs valeurs que ces entreprises se donnent la capacité de définir une vision de long terme qui donne un sens à l'ensemble de la communauté humaine à laquelle elles s'adressent.

SAGE DÉTACHEMENT

Dirigeants, prenez conscience que dans un monde hyper connecté et déshumanisé, le positionnement stratégique différenciant devient émotionnel. La culture d'entreprise agit comme un contre-pied à l'atmosphère ambiante. Dans un monde hyper connecté, elle crée la distance nécessaire pour se déconnecter quand il le faut et renouer avec l'intelligence humaine du sage détachement ; dans un monde déshumanisé, elle permet de renouer des relations d'humanité sans lesquelles la créativité et la projection vers l'avenir n'ont aucun sens. Dites-le vous bien, la culture d'entreprise est, sans aucun doute, l'un des facteurs clés de succès de leadership de votre entreprise pour le futur. ■

