

Compte rendu de la réunion du Jeudi 07 avril 2011 sur l'identité de l'entreprise



Afterwork de l'AA-ESIEE

Le thème : « Identité : outil de management du 21^{ème} siècle »

Les intervenants : Elisabeth Frémaux et Olivier Rivière, fondateurs d'ATOEM Consulting

L'entreprise est un organisme vivant. Elle doit évoluer et se transformer. Savoir l'analyser, comprendre sa culture et son identité et faire vivre ses valeurs permet ensuite de mieux gérer les phases de transformation. Cela contribue en particulier à maîtriser ses grandes orientations telles que : les nouveaux projets, l'expansion internationale, les éventuelles fusions et acquisitions, les spin off, le départ du dirigeant fondateur et sa transmission, ou même la création de startup.

La société et l'économie du 21^{ème} siècle seront plus favorables aux entreprises qui ont un sens aigu de leur identité et de comment l'utiliser au mieux.

D'où l'intérêt pour toute organisation de connaître son identité puis d'envisager de la partager avec ses employés. En effet, l'identité représente un élément d'incitation des salariés qui ont besoin de se projeter dans un avenir professionnel en totale confiance. Un salarié qui s'identifie aux valeurs de son entreprise, est un individu épanoui et plus productif. Et réciproquement, il s'impliquera d'autant plus que ses initiatives seront reconnues et valorisées, puis récompensées.

Les pratiques de management doivent donc permettre l'affirmation des individualités au sein du groupe dans un référentiel clair et approprié. La cohésion des équipes dépendra de la possibilité offerte à chaque salarié d'affirmer son talent aussi bien en se différenciant des autres qu'en reconnaissant la participation de son équipe à la réussite collective.

De cet équilibre fragile dépendra le degré d'implication des membres de l'organisation.

Cependant, la connaissance de l'identité de l'entreprise n'est que le point de départ d'un long processus visant non seulement à fidéliser les salariées, mais aussi à attirer de nouveaux talents.

Une organisation qui ne réussit pas ce défi sera amenée, tôt ou tard, à disparaître même si elle a la capacité financière de poursuivre son activité.

Ainsi, nous pouvons mesurer tout l'intérêt que représentent la recherche et la valorisation de l'identité dans un processus de gestion globale de l'entreprise. L'identité de l'entreprise peut être soit un frein, soit le moteur de l'innovation dans l'entreprise.