

Les valeurs : l'ADN de notre entreprise

Wel'Com-Hom News



Communication & Management
Hommes & Méthodes

Com-Hom est partenaire des entreprises pour fédérer les énergies au service d'une performance durable.

www.com-hom.com

Les valeurs : une force au service du changement



Je démarre l'année 2015 par la visite de l'exposition de [Giuseppe Penone](#) au [musée de Grenoble](#) : un magnifique voyage au pays imaginaire de G. Penone grâce à qui tous les matériaux naturels prennent vie.

L'exposition se termine sur une « forêt » d'arbres sculptés chacun à partir d'une poutre. L'arbre devenu poutre redonne naissance à un arbre. Cette capacité à reboucler sur la vie m'interpelle.

J'associe la poutre à la notion de solidité, d'éternité, d'immobilité. Cette force quasiment indestructible que nous inspire la poutre, parfois pièce maîtresse d'un édifice vieux de plusieurs siècles, est indissociable de cet immobilisme.



Et pourtant, de cet immobilisme G. Penone crée un arbre jeune qui ne demande qu'à se développer en cohérence avec son environnement, à porter des fruits nouveaux. Cet arbre est jeune, ses fruits sont moins nombreux que ceux produits à l'époque par l'arbre dont vient la poutre. Mais ces 2 arbres sont bien de la même chair. Le jeune arbre puise sa stabilité dans la robustesse de la poutre.

Nos habitudes, notre organisation et notre expertise sont une force dans l'entreprise car elles représentent un savoir-faire acquis dans la durée, elles ont de la valeur. Par l'évolution du contexte dans lequel se développe l'entreprise, de son marché, de la technologie, il peut être nécessaire d'effectuer un virage dans notre stratégie, de développer des compétences radicalement différentes, de changer les bases de notre business modèle. Cette force, à l'image de la poutre, n'est-elle pas alors un facteur d'immobilisme d'autant plus fort que cette force a été acquise, développée et pratiquée pendant de nombreuses années ?

L'œuvre de G. Penone me conforte dans l'idée que tout changement reste possible, même dans des situations où nous avons l'impression d'avoir les 2 pieds dans le béton. Mais le succès est lié notamment à plusieurs points sur lesquels nous devons porter notre vigilance :

- Quelle continuité assurons-nous ? Quelle est la partie de notre « chair » actuelle que nous allons conserver et qui assurera la stabilité dans cette période de fluctuation ? Qu'est-ce qui fait l'ADN de notre entreprise et que nous allons poursuivre car cela représente pour chacun un repère immuable dans la tempête ? Cet ADN, construit tout au long de l'histoire de l'entreprise, représente **les valeurs de l'entreprise. Elles ont besoin d'être respectées dans une période de changement en rupture, elles ont besoin de continuer à vivre, sans négociation possible, dans les comportements et les décisions.**
- L'organisation nouvelle, la stratégie nouvelle, donneront des fruits prometteurs, mais moins nombreux au début. N'imaginons pas le chêne centenaire dès la première année ! Intégrons dans nos prévisions, **le coût du changement, cette énergie utilisée pour mettre en œuvre le changement.** Cette énergie n'est pas utilisée dans la production immédiate qui sera donc en baisse. Les premières récoltes seront décevantes si nous mettons la barre trop haut. Mais elles restent annonciatrices de récoltes à venir fructueuses. Apprenons à les reconnaître... .
- Soyons attentifs à ce nouvel arbre, il est encore fragile. **Soyons à l'écoute des personnes**, car le changement ne se fera pas sans elles. Si nous les plaçons dans un carcan, la pousse ne se fera pas. **Quelles marges de manœuvre leur donnons-nous** pour qu'elles puissent adapter la nouvelle organisation aux contraintes de leur métier ? Pour qu'elles permettent le développement de l'activité dans ce nouvel environnement ?

Au travers de cet article j'ai voulu partager avec vous cette capacité qu'ont les valeurs de l'entreprise à soutenir, par leur force, les changements et à dépasser les situations difficiles : elles apportent ce nécessaire ancrage dans les périodes de tumulte.

Merci à G. Penone, il a été source d'inspiration de cette métaphore.



Françoise BALAND

[Com-Hom](#)



A propos de l'auteur :

Françoise Baland : J'ai rejoint l'équipe Com-Hom en 2011 après une expérience de plus de 20 années dans l'industrie.

De formation Ingénieur (ENSIMAG/Grenoble INP), mon travail s'est toujours équilibré entre réalisations techniques, management de projet, management d'équipe, organisation et méthodologies.

Ces expériences m'ont permis de travailler avec tous les services de l'entreprise au sein d'équipes pluridisciplinaires. J'ai ainsi développé la passion du travail d'équipe inter-métiers au service des objectifs de l'entreprise et acquis la conviction que l'expérience de chacun est une source immense d'idées et de savoirs.

Notre raison d'être est représentée par notre logo : associer les **H**ommes, le **M**anagement, la **C**ommunication et les **M**éthodes au service des **O**bjectifs.

Copyright

Les textes sont la propriété des auteurs référencés et de [Com-Hom](#) .

Crédit photographique : [Com-Hom](#), [//fr.fotolia.com/](http://fr.fotolia.com/) – tous droits réservés.