



Projet d'entreprise, d'établissement, de direction...

Après la crise, redonnons du sens à l'action !

Alors qu'elles entrevoient enfin l'aboutissement d'une crise sanitaire sans précédent, les entreprises commencent à tirer les leçons d'une période difficile qui a souvent dégradé les comptes de résultat et entaché - plus ou moins profondément - le moral des troupes.

Le coronavirus s'est par ailleurs inscrit dans un calendrier beaucoup plus large qui a vu s'accélérer ces dernières années les mutations de tous ordres : confrontée à des enjeux immenses en matière économique, sociale et environnementale, notre société vit ainsi un tournant majeur qui bouleverse ses certitudes et interroge ses fondements. Il lui faut faire des choix importants qui vont conditionner son avenir et celui des générations qui nous suivent.

Reflet de notre société, les entreprises ont conscience de ce monde qui change et de la nécessité d'apporter des réponses fortes à des questions qui les concernent très directement.

Ainsi, les recruteurs le constatent chaque jour davantage : au-delà d'un emploi et d'un salaire, **les jeunes expriment aujourd'hui leur volonté d'améliorer le monde et de voir leur entreprise participer à cette refondation.** Le prestige d'une marque ne suffit plus à les attirer ; l'affichage des valeurs, la culture d'entreprise, le style de management pratiqué, les engagements pris vis-à-vis de l'environnement et de la société influencent de plus en plus fortement leurs choix de carrière. Plus largement, la génération des 20-45 ans n'est plus tout-à-fait la même que celles qui l'ont précédée : **ses représentants expriment d'une voix forte leur quête de sens dans le travail, leur souci du monde qui nous entoure et de la préservation des ressources de notre planète, leur attachement à l'équité et aux projets qui rassemblent...**

Les consommateurs-citoyens ont également beaucoup évolué : de plus en plus exigeants vis-à-vis de ce qu'ils achètent, attentifs à l'origine et à la composition des produits, aux modes et aux lieux de fabrication, aux labels éthiques, **ils considèrent qu'ils ont une responsabilité vis-à-vis de l'environnement et modifient progressivement leurs pratiques pour une consommation davantage responsable** (choix des produits, tri des déchets, sobriété d'usage, alimentation moins carnée...). La crise sanitaire a en outre révélé leur attachement à l'ancrage local qui conjugue souci de l'impact environnemental et soutien aux commerces de proximité et à l'économie territoriale, pourvoyeurs d'emplois et d'activité.

Conscients de ce monde qui change, **les Etats eux-mêmes font évoluer leurs législations pour accompagner ces mutations** et encourager les entreprises qui le souhaitent à mieux prendre en considération les enjeux sociaux et environnementaux de leur activité. En 2015, l'Organisation des Nations Unies (ONU) approuve ainsi la liste des 17 Objectifs du Développement Durable et appelle les entreprises à y contribuer en mettant en œuvre un plan d'action ambitieux pour « sauver le monde ». En mai 2019, la loi PACTE (Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises) fait naître en France les concepts de « Raison d'être » et d'« Entreprise à mission » visant à faire connaître les objectifs sociaux et environnementaux que chaque société se donne pour mission de poursuivre dans le cadre de son activité.

Car **l'opinion publique a évolué** : sous peine de les mettre à l'index, **elle attend des entreprises qu'elles se montrent à la hauteur des nouveaux enjeux et contribuent à l'atteinte des objectifs sociaux et environnementaux de notre époque**, qu'elles se comportent de façon exemplaire comme employeur, entité fiscale ou acteur du territoire...

Au-delà des mots et des certifications, ce vaste mouvement qui s'installe constitue pour les entreprises un défi et **une formidable opportunité de remobiliser leur corps social au service d'une ambition nouvelle.** En effet, à l'heure où l'on commence à entrevoir avec la vaccination le terme d'une crise sanitaire qui aura freiné la marche du monde et affecté le moral de bien des équipes pendant près de 18 mois, nombreux sont ceux qui considèrent que l'entreprise de demain ne ressemblera pas tout-à-fait à celle d'hier.

Redéfinir une stratégie et la partager, repenser l'organisation avec ceux qui la font vivre, tirer les leçons de l'épreuve pour mieux rebondir... **L'heure est à une mobilisation positive pour réinventer l'avenir et donner un sens nouveau à l'action : quoi de mieux pour cela qu'un projet d'entreprise qui réunisse et fédère la direction et les partenaires sociaux, les managers et les personnels voire, au-delà, l'ensemble des parties prenantes (actionnaires, fournisseurs, clients, collectivités...) ?** **Refonder son projet d'entreprise, ou comment remobiliser et unir un collectif autour d'un futur désirable...**