

LA RAISON D'ÊTRE



QU'EST-CE QUE C'EST ?

La raison d'être définit l'identité d'une entreprise, le sens de ses activités et leurs conséquences sur l'environnement. Authentique, sincère et transparente, elle permet de fixer un cap au sein d'une structure, de le tenir et de le partager collectivement.

Loin d'être une notion de marketing, la raison d'être s'insère dans une échelle de temps longue. Elle est construite au cœur de la culture de l'entreprise.

LOI PACTE ET RAISON D'ÊTRE

Promulguée au printemps 2019, la loi relative à la Croissance et la Transformation des Entreprises (loi PACTE) propose aux entreprises d'intégrer une raison d'être dans leur statut. Second niveau d'engagement de cette loi, **définir et respecter une raison d'être devient alors très engageant.**

QUELQUES EXEMPLES

Des entreprises, ambitieuses et impulsant le changement, nous exposent ici leur *raison d'être*.

Contribuer à rendre notre territoires plus performants et durables –
Agence Déclic

Apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre - Danone

Inspirer et développer les constructeurs de demain - Légo

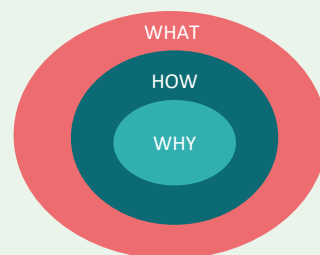
Reconnecter les gens à la nature –
Groupe Rocher

Proposer des produits et services pour la maison conçus au bénéfice de l'Homme et de la planète - CAMIF

LE CERCLE D'OR

Simon Sinek, conférencier et auteur britannique, propose la notion du **cercle d'or**. Une entreprise sait ce qu'elle propose et comment elle le propose, mais sait elle pourquoi elle le fait ?

Simon s'est rendu compte que les leaders et les organisations à succès étaient ceux et celles **animés par le « pourquoi » de leur structure ou de leur projet**. Véritable marque de fabrique, le why devient alors un élément différenciant si celui-ci est communiqué de l'intérieur vers l'extérieur.



LA RAISON D'ÊTRE : VECTRICE DE BENEFICES

INNOVATION



VALEUR



MOTIVATION



Plus d'innovation : elle fait écho à un besoin profond et en même temps assez large, elle ouvre les possibilités et stimule la créativité. On connaît l'objectif final mais on garde une marge de manœuvre sur les moyens déployés.

Plus de motivation : les organisations sont confrontées à des transformations multiples, profondes et parfois source de désorientation. Se raccrocher à une raison d'être rassure et rend l'incertitude plus acceptable.

Plus de valeur : se définir clairement est un signe rassurant pour les parties prenantes à qui cela donne de la lisibilité.



CONSTRUIRE SA RAISON D'ÊTRE

Définir une raison d'être permet de traiter des questions de fond. C'est après avoir regardé les fondamentaux, les valeurs et les sources d'inspiration de la structure que les prémisses de la raison d'être émergeront.

Il est compliqué d'avoir une vision juste. **Définir une raison d'être collectivement, c'est s'assurer de bien la construire.**

Faire émerger des valeurs, partager les inspirations, les talents

Analyser les éléments d'identité et formuler des propositions de raison d'être

Choisir sa raison d'être et la traduire en principes et en objectifs concrets

Vous avez trouvé votre raison d'être quand vos pratiques sont modifiées, quand vos actions attestent d'un changement, quand vous arrêtez certaines activités ou ne travaillez plus de la même manière avec certains clients...



ÊTRE OU NE PAS ÊTRE



La raison d'être EST :

- Un outil collectif de progrès et d'innovation
- Une vision partagée
- Une représentation des valeurs phares



La raison d'être N'EST PAS :

- Une baseline ou un slogan
- Un outil de marketing et de communication
- Du *green* ou *missionwashing*
- A définir seul

CONTACT

09 86 32 65 10
contact@agence-declic.fr
www.agence-declic.fr

Agence Déclic
TERRITOIRES DE DEMAIN