

The Good Company

La bonne entreprise

ETHICS
GROUP

The Good Company

Entreprise agile et performante
qui vit avec son temps et où il fait bon vivre,
The Good Company exerce pleinement
et avec éthique, sa responsabilité sociétale

THE GOOD COMPANY

Dans les organisations, les forces sont convergentes parce que le besoin d'un nouveau mode de fonctionnement s'accélère pour des raisons endogènes, une nouvelle relation avec la valeur travail et le bien vivre dans son environnement professionnel et privé, et exogènes, l'incertitude des marchés et de l'environnement socioéconomique. Les consciences se sont donc éveillées par rapport aux résultats, au côté imprévisible des marchés mais peu ont conscientisé l'impact de l'évolution culturelle de nos sociétés. L'instabilité sociale, les nouvelles générations, les nouvelles technologies et la disparition de certains repères dans notre société pèsent sur la sociologie et en particulier, celle des organisations. Les relations inter personnelles qui s'instaurent changent avec

un impact indéniable sur le bon fonctionnement des systèmes collectifs. Ce n'est pas qu'une question de génération X ou Y, c'est aussi une évolution marquée des attentes de chacun dans une société qui cherche ses nouveaux repères. Le mode historique de fonctionnement des organisations vacille, la forme de celui qui est appelé à le remplacer est incertain. Toutefois, l'incertitude doit être vue comme une opportunité. C'est le devoir de tous les leaders offensifs et positifs que nous pouvons trouver au sein de nos organisations et de tous ceux qui voudront s'y rallier. Des leaders visionnaires qui sauront inspirer, rassembler et soutenir pour relever tous les défis qui se présentent à nous tous.

Ce nouveau mode de fonctionnement devra affirmer la dignité et le bien-être de l'Homme. Une gouvernance participative et coopérante devrait être notre inspiration et la volonté de notre mobilisation.

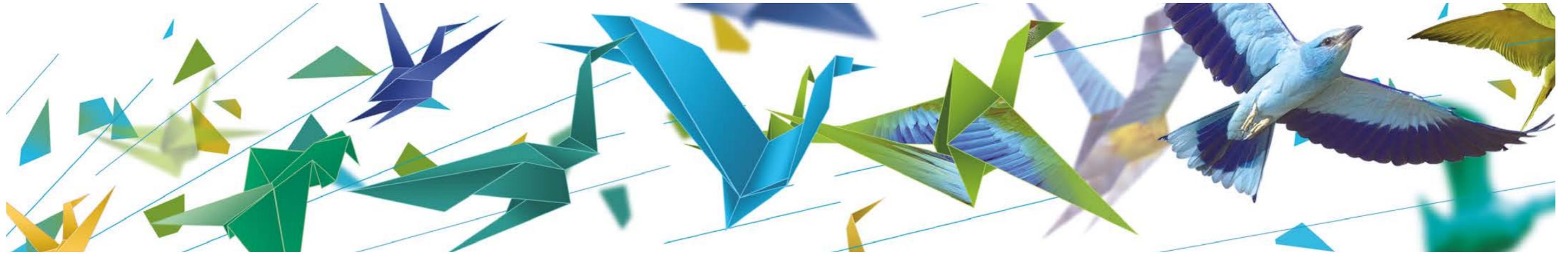
Ce nouveau mode ne s'imposera pas à tous de la même façon et à la même vitesse. Mieux vaudra respecter l'histoire et la singularité de chaque organisation qu'échouer à atteindre l'idée abstraite dans sa perfection. Le sens commun, source de rassemblement, devra demeurer lisible et compréhensible pour trouver l'équilibre qui nous fait tant défaut.

Alors, comment pourrions-nous vivre l'entreprise/l'organisation dans une dynamique collective vertueuse ? Comment pourrions-nous vivre nos différences tout en préservant un équilibre d'ensemble ? Comment faire de l'interdépendance et

de l'impermanence des forces complémentaires ? Comment développer l'intelligence collective et émotionnelle ? Comment unir les forces plutôt que les opposer ? Comment transformer la relation client/fournisseur en une chaîne de valeur pour mieux vivre ensemble ... ?

Le chemin à suivre pour demeurer ou devenir The Good Company tient avant tout à la volonté et aux convictions des Hommes, dirigeants, actionnaires et acteurs de l'entreprise ! Les autres moyens dépendent simplement de la capacité à mettre en œuvre des solutions innovantes et sur mesure !

C'est en agissant et en osant que les freins à la transformation inéluctable des entreprises seront levés...



LES 9 FONDAMENTAUX

Les fondamentaux de The Good Company ont pour vocation d'inspirer, de rassembler autour d'une réflexion sur l'évolution, voire la transformation, nécessaire de nos organisations et de la soutenir. Ils ne sont ni une recette, ni une méthode, ni une solution en eux-mêmes.

C'est une ligne de conduite que nous pouvons adopter pour partager avec simplicité des questions clés autour de l'entreprise/l'organisation et de l'innovation managériale. Tout le monde est concerné par le fonctionnement même de nos organisations.

C'est un moyen d'acculturation au fonctionnement de l'organisation pour bien la vivre ; un moyen pour bien la comprendre et consolider son enracinement, un moyen pour rompre cette dichotomie culturelle et artificielle chef d'entreprise/employés, directeurs/opérationnels.

Nous voyons encore beaucoup trop de confrontations entre les uns et les autres comme s'il n'y avait pas d'intérêt commun à grandir ensemble.

Après les 9 fondamentaux de la TRANSFORMATION

1. Une ambition stratégique
2. Une évaluation sans complaisance des points forts et des points faibles
3. Un engagement sur quelques ruptures de performance
4. Une déclinaison des engagements dans quelques objectifs opérationnels
5. La définition de projets transverses
6. Une gouvernance et des moyens adaptés
7. Un engagement de la direction avec un vrai leadership
8. Un management qui place l'Homme au cœur de l'organisation
9. La prise en compte et l'appui du système d'information

Les 9 fondamentaux mettent en exergue des points de réflexions. Bien sûr, selon les contextes et les situations, une pondération pourra les affecter.

Puis les 9 fondamentaux de la SIMPLICITÉ

1. Accepter et comprendre la complexité des systèmes
2. Contingenter la complexité derrière des usages simples
3. Prendre en compte la dimension émotionnelle
4. Faire confiance et instaurer la confiance
5. Donner des objectifs clairs et apprendre des échecs
6. Aller à l'essentiel, gérer et économiser le temps
7. Renforcer l'autonomie et activer les réseaux
8. Instaurer de la discipline, du respect et être positif
9. Innover pour la simplicité

THE

GOOD

COMPANY

Voici les 9 fondamentaux de
THE GOOD COMPANY
qui s'appliquent à la gouvernance de tout type
d'entreprise, établissement, institution...

1. Partager une stratégie agile de développement durable
2. Se donner les moyens pour réussir sa stratégie
3. Renforcer la coopération avec discipline et réciprocité
4. Exercer un pilotage direct au plus près du terrain
5. Préserver l'éthique, les valeurs, le respect mutuel et le collectif
6. Intégrer la conscience du résultat et de la performance collective
7. Être offensif, innover et se transformer continuellement
8. Oser sortir des conformismes
9. S'ancrer dans le territoire et assumer ses responsabilités sociétales

LES 9 FONDAMENTAUX DE THE GOOD COMPANY



Poproskiy Alexey / Shutterstock

1

PARTAGER UNE STRATÉGIE AGILE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Avec un véritable cap conforme à l'environnement socioéconomique

Élaborer une vision, donner du sens et manœuvrer collectivement sur le court, moyen et long terme de façon pertinente pour assurer la pérennité de The Good Company.

The Good Company est une entreprise qui se projette à court, moyen et long terme, se questionne et se détermine sur l'évolution de son environnement socio-économique.

Elle cherche à anticiper, à évaluer le champ des possibles pour établir sa stratégie et ainsi bâtir les fondations de son futur. Elle sait qu'elle doit **voir loin pour rester compétitive**, savoir repérer et déjouer les éventuels pièges, faire preuve d'ouverture d'esprit. Elle n'hésite pas à agir par une approche disruptive et à s'extraire de tous les conformismes ou autres idées préconçues pour être pionnière dans son domaine et définir son étoile.

La stratégie qu'elle décline à partir de sa vision, loin d'être figée, est adaptable voire agile pour faire face à l'incertitude et à l'impermanence. Cependant, elle s'inscrit dans un **développement pérenne** sans se contenter d'une vision court terme qui la maintiendrait dans un état permanent d'urgence et de pression.

The Good Company cherche à créer une véritable valeur ajoutée, à s'adapter au monde globalisé, à adapter ses modes opératoires et ses éléments de langage aux évolutions et révolutions économiques, commerciales, technologiques et sociétales.

Le sens et la vision qu'elle porte demeurent les invariants qui lui donnent les moyens de rebondir de manière cohérente. Ce sont des éléments indispensables pour partager un **but commun au sein de l'organisation et acculturer l'ensemble des collaborateurs** à son cheminement. Une compréhension partagée ap-

porte plus de recul et mobilise les forces collectives de manière harmonieuse et efficace. Sa capacité à vulgariser les éléments fondateurs de sa stratégie est donc essentielle à son succès. Elle trace les contours d'une véritable histoire qu'elle formalise pour mieux la partager.

Le collectif est engagé et responsabilisé dans la déclinaison de la stratégie en objectifs et moyens d'agir qui peuvent être adaptés au fil des années et des circonstances. **Ces changements quasi permanents n'en restent pas moins compréhensibles et acceptés parce que le sens, lui, demeure.**

La stratégie se fonde sur une vision, une projection et une ambition qui dépassent chaque individu pour être à l'échelle du tout. Un ensemble de convictions pour apporter une nouvelle valeur ajoutée, sous forme de service ou de produit, à des acteurs en mesure de l'apprécier et de la valoriser à sa juste valeur.

Au sein de l'organisation qui travaille en intelligence collective, un espace d'échange et d'expression permet à chacun de contribuer au renforcement et à l'évolution de la stratégie. Il ne s'agit pas de la remettre en cause ou de la critiquer mais de l'enrichir pour la faire grandir au sein du collectif dans une **dynamique progressiste**. Elle est l'affaire de tous. Être concerné est un devoir que personne ne peut ignorer. Elle invite chacun à une mise en perspective et à un questionnement qui conduit à une meilleure compréhension du sens et de l'intérêt d'agir ensemble.



2

SE DONNER LES MOYENS POUR RÉUSSIR SA STRATÉGIE

Avec un goût prononcé pour relever les défis

Allouer les ressources nécessaires pour atteindre avec confiance les objectifs éthiques de The Good Company et écrire son histoire dans un mouvement permanent.

Pour réussir sa stratégie, The Good Company se donne les moyens d'atteindre ses objectifs de court, moyen et long terme. Elle procède dans ce cheminement à une allocation de ressources qui lui permet de concrétiser sa stratégie en actions opérationnelles créatrices de valeur ajoutée. C'est une juste affectation des ressources humaines, matérielles et financières qui préserve **l'équilibre de l'organisation dans sa globalité** et assure sa **pérennité** dans l'environnement socioéconomique dans lequel elle évolue.

Se donner les moyens, c'est d'abord s'interroger sur la nature de ces moyens en relation avec la stratégie agile de développement durable de The Good Company. Fort logiquement, l'idée d'un produit ou d'un service à forte valeur ajoutée ne suffit pas pour développer et concrétiser une ambition.

Pour réussir, The Good Company cherche à **assembler les talents** qui vont lui permettre de développer sa vision. Des talents qui vont bâtir au fil de leur coopération une culture favorable à l'émergence d'une valeur ajoutée. Cette dernière sera, quoiqu'il advienne, la résultante de la synergie entre les Hommes. Sa force viendra de la **solidarité** et du **partage de convictions** héritées de la vision stratégique. Son efficacité proviendra de sa capacité à **agir collectivement** de manière coordonnée pour produire une valeur ajoutée qui trouvera son marché en considérant ses ressources ajustées.

Les ressources à allouer se déclinent sur les moyens d'entretenir l'efficacité de son mode de fonctionnement pour développer sa valeur, les moyens de développer ses ressources et ses talents,

les moyens nécessaires à la promotion et au déploiement de sa valeur ajoutée et, enfin, les moyens financiers à engager.

Dans la dynamique de The Good Company, les moyens financiers à engager sont simplement la résultante de la pertinence de sa stratégie agile de développement durable et de la reconnaissance de sa valeur ajoutée dans son environnement socioéconomique. Ces moyens sont équilibrés entre la valeur générée par le produit ou le service proposé et les coûts nécessaires à la création de cette valeur. Globalement, la finance reste un moyen d'équilibrer les échanges de valeur. En ce sens, les moyens financiers, en eux-mêmes, ne génèrent aucune valeur propre.

Cette considération des ressources à allouer, dans une vision globale de l'organisation, est partagée et évaluée avec l'ensemble des collaborateurs qui coopèrent au développement de The Good Company. Ainsi, tous les acteurs de l'organisation sont en mesure d'appréhender le pourquoi et le comment de la stratégie par une approche pragmatique. Ils sont en mesure, avec leurs responsabilités respectives, de traduire leurs actions dans le cadre stratégique défini en gardant en tête la trilogie: **valeur ajoutée, efficacité et réussite** en s'abstenant d'y mêler leurs intérêts propres.

L'allocation de ressources est raisonnée à **l'échelle du tout** pour éviter les gaspillages et l'émergence d'engagements contradictoires et contre-productifs. Elle est aussi ancrée sur les valeurs humaines et la culture qui permettent au collectif de faire le meilleur usage dans l'intérêt commun des ressources ainsi allouées.



Jose Arcos Aguilar / Shutterstock

3

RENFORCER LA COOPÉRATION AVEC DISCIPLINE ET RÉCIPROCITÉ

Avec un sens prononcé du collectif

Éclairer les interrelations entre les Hommes, la synergie des compétences et les processus pour créer avec responsabilité la valeur ajoutée de The Good Company.

Pour réussir ensemble, il faut coopérer efficacement. Au-delà de tout enjeu technique, c'est la capacité des Hommes à associer leur savoir-faire et à unir leur force qui conditionnera la réussite de The Good Company. L'Homme est au cœur de l'organisation, en conséquence, c'est surtout dans la qualité des interrelations que réside l'efficacité du fonctionnement global.

The Good Company éclaire son fonctionnement avec des processus transverses qui décloisonnent l'entreprise et un système de management basé sur la confiance qui responsabilise les acteurs. Elle développe l'intelligence collective, mobilise tous les acteurs de l'organisation, renforce l'autonomie et développe le leadership en définissant les rôles et les responsabilités de chacun. Nul besoin d'un organigramme, elle définit un cadre d'action agile et réactif qui peut s'adapter très rapidement aux évolutions de la stratégie et qui laisse la créativité s'exprimer.

Toute organisation doit renforcer la capacité des Hommes à interagir et à coopérer, avec des boucles de rétroaction, dans un esprit constructif et dans un but commun. Ce but, c'est la raison d'être de l'organisation pour lequel tous les acteurs doivent se sentir responsabilisés : la création d'excellence à destination de ses partenaires/clients.

La coopération au sein de The Good Company s'appuie sur une discipline nécessaire à l'équilibre du collectif que chacun respecte, comme la valeur travail, dans un **système de réciprocité**. La réciprocité, c'est ce qui crée un équilibre dans les

relations entre les Hommes. Quand elle ne peut s'exercer, parce qu'il n'est pas toujours possible de donner en retour d'un don, alors la transitivité s'impose en transmettant à d'autres ce que nous avons reçu.

Dans un contexte de coopération renforcée, **The Good Company** prône les initiatives individuelles et collectives qui s'inscrivent dans sa dynamique stratégique ainsi que dans ses valeurs. Tous les acteurs mesurent leurs responsabilités dans la performance de l'organisation et comprennent qu'il est indispensable d'être efficace.

Il peut apparaître étrange de parler de discipline et de liberté. La discipline n'est ici pas associée à une autorité contraignante mais à un savoir-vivre et un savoir-être qui nous permettent de vivre et d'agir ensemble avec simplicité. Une forme de respect de la vision collective pour une plus grande cohésion. L'indiscipline, parfois encouragée par un sentiment de liberté, annihile l'intelligence collective et l'efficacité d'un groupe. Elle est, avec l'individualisme, la source du désordre. Avec le sens de l'écoute, de l'empathie et le respect de l'autre, une discipline naturelle s'instaure. **Elle tient à la bienveillance de chacun pour lui, les autres et le groupe.**

La réciprocité s'inscrit dans cette dynamique. C'est une forme d'encouragement mutuel à agir ensemble. Sans arrière-pensée avec l'intention de favoriser le bien et l'intérêt communs.



4

EXERCER UN PILOTAGE DIRECT AU PLUS PRÈS DU TERRAIN

Avec une acculturation aux enjeux de l'organisation

Concerter en amont sur le devenir et décider rapidement dans un principe de subsidiarité et de transversalité pour assurer la réactivité de The Good Company.

The Good Company pilote au plus près du terrain avec des cycles de décision courts. Elle applique un **principe de subsidiarité** sans renoncer à la transversalité de son fonctionnement et à la synergie de ses forces internes. Elle pilote les processus et les projets en responsabilisant tous les acteurs de l'organisation avec des rôles et responsabilités clairs ainsi que des indicateurs de bonne performance et d'agilité. Ses instances de pilotage opérationnel sont réactives et agiles. Elles renforcent la **solidarité dans la prise de décision** en associant les acteurs concernés. Elle apprend à prendre collectivement des décisions difficiles et à faire de vrais choix. Si le collectif échoue à prendre une décision, un responsable unique et habilité à arbitrer mais c'est seulement une mesure de recours exceptionnel. Car dans la culture de The Good Company, **le groupe construit collectivement les solutions** qui finissent par se concrétiser. Le débat d'idées se fait en co-construisant, pas au moment d'un choix final.

Consciente que les meilleures solutions sont liées à une bonne connaissance et compréhension de la stratégie et du fonctionnement de l'entreprise. The Good Company met des moyens en œuvre pour acculturer le plus grand nombre aux enjeux et aux contraintes de l'entreprise. À cet effet, elle peut instaurer des principes de concertation continue qui, par une plus grande

mobilisation des acteurs autour de sujets clés, renforce la compréhension des décisions prises. **Communiquer et former pour monter en maturité** l'organisation dans la compréhension de la gouvernance, c'est mettre en place les fondements d'une concertation sociale permanente qui renforce le dialogue social au cœur de l'organisation et en facilite le pilotage au plus près du terrain avec une vision plus globale et transverse.

Dans une organisation hiérarchique commune ou bien matricielle, la décision est prise par le supérieur hiérarchique avec un avis du supérieur fonctionnel dans certains cas. La culture du chef est prépondérante. C'est le chef qui décide. Le chef du chef... Les équipes, peu importe leur milieu d'évolution, ont été éduquées à s'en remettre à la décision du chef. Une forme de déresponsabilisation s'est installée dans les équipes et dans la culture de l'organisation. Les réunions et comités sont devenus des instances d'échanges ou de confrontations dans lesquelles finalement peu de décisions se prennent. Les processus de décision deviennent obscurs et génèrent parfois du désordre et de plus en plus de frustration.

Créer un **espace d'expression et de co-construction** est une assurance pour un pilotage direct et efficace qui peut s'orienter, dans certains cas, vers des décisions induites ou implicites.



5

PRÉSERVER L'ÉTHIQUE, LES VALEURS, LE RESPECT MUTUEL ET LE COLLECTIF

Avec une culture forte au cœur de l'organisation

Développer harmonieusement et sans préjugé les relations sociales entre toutes les parties prenantes, les clients et les partenaires pour l'équilibre de The Good Company.

Considérer les intérêts personnels autant que faire se peut. Arbitrer en faveur du collectif avec équité et autorité. The Good Company respecte ses collaborateurs et chacun d'entre eux se respecte et respecte l'entreprise/l'organisation. Le respect doit exister entre pairs, avec les dirigeants et les actionnaires. Elle fait appel à l'intelligence sociale et émotionnelle pour développer harmonieusement les relations sociales et un sentiment d'appartenance.

Les responsabilités et fonctions doivent être respectées en toutes circonstances. Les valeurs partagées sont fondatrices de la culture de l'organisation, de l'identité même de The Good Company et de sa singularité.

Sa gouvernance est attentive aux propositions d'amélioration de l'organisation structurelle et opérationnelle. L'objectif est de **faire progresser constamment l'ensemble de ses acteurs vers plus d'exigence et de conscience professionnelle**, pour atteindre une certaine maturité et un certain équilibre. Elle est aussi consciente des forces résistantes aux pratiques exemplaires. Elle n'hésite pas dans ce cas à prendre les mesures nécessaires pour protéger l'intégrité de ses forces vives surtout quand les idéologies ou autres postures sclérosantes prennent le pas. Elle fait preuve d'**intelligence émotionnelle** sans se laisser déborder par les émotions.

Sa force se voit décuplée quand ses collaborateurs sont en adéquation avec l'entreprise perçue comme un tout, son sens et sa gouvernance.

The Good Company fédère aussi ses clients et ses partenaires dans un esprit toujours constructif de synergies comme elle le fait pour elle-même.

Son éthique la mène à **agir de façon raisonnée et équitable dans l'intérêt commun** sans jamais se laisser compromettre. Elle pense que tout est possible avec bienveillance et sans jamais aucune arrière-pensée. Si elle figure en bonne position, ce n'est pas grâce à des solutions artificielles ou de facilité. Elle ne triche avec personne, ni avec elle-même, ni envers les autres. Son histoire est connue, largement documentée, ainsi que son succès : le résultat d'un travail intense obtenu grâce à la volonté et à la persuasion de ses collaborateurs, ainsi qu'aux liens exemplaires entretenus avec son réseau de partenaires/clients.

Ses convictions sont fortes et elle sait les défendre. L'ensemble de ses collaborateurs sont convaincus des services/produits qu'elle propose et en sont fiers. Comme ils sont fiers d'œuvrer au sein de l'organisation.

L'éthique se forge dans la culture de l'organisation. Elle renvoie au fondement précédent dans la prise de décision. Au nom de quoi et sur quels critères l'on décide. L'éthique, en soi, c'est aussi le souci des autres et de la bonne relation avec les autres. L'éthique dans The Good Company est liée à son contexte. Elle ne s'inscrit pas dans des principes généralistes mais dans la considération particulière, la considération de l'individu et de la chaîne de solidarité.



6

INTÉGRER LA CONSCIENCE DU RÉSULTAT ET DE LA PERFORMANCE COLLECTIVE

Avec l'envie de s'améliorer continuellement

Agir naturellement et avec synergie pour l'efficacité économique de The Good Company dans un mouvement perpétuel, fluide et lucide.

Évaluer son potentiel, mesurer son efficacité, agir pour atteindre les objectifs. **L'argent n'est pas un tabou, la rentabilité de l'entreprise et l'efficacité économique de l'organisation sont clés.** La satisfaction des objectifs dans un mode d'organisation à la fois souple et discipliné suppose un haut niveau de responsabilisation, d'autonomie et d'exigence d'excellence.

The Good Company favorise ainsi un indice de confiance mutuelle assez élevé tout en participant à la recherche de l'épanouissement dans la réussite et l'obtention de résultats. Les tableaux de bord mis en place sont au service de la réussite des Hommes et sont perçus ainsi.

Pour se maintenir à niveau, The Good Company surveille et évalue constamment tous ses indicateurs, n'hésite pas à se remettre en question et à prendre les mesures correctives appropriées.

Surtout, elle ne se cache pas la vérité, elle est lucide et objective sur ses sources d'amélioration, sur ses échecs qui sont vécus comme des expériences pour consolider sa réussite. Elle n'échoue jamais, elle apprend ou elle gagne. Elle veille à être performante et rentable pour assurer son indépendance, sa capacité d'investissement et son développement pérenne en conformité avec ses valeurs humanistes.

Sa performance, elle la cultive dans son efficacité collective à créer la valeur ajoutée. Elle ne se disperse pas et se recentre sur son métier sans hésiter à mettre en place des centres de services partagés qui soutiennent son cœur d'activité et améliore sa performance collective dans sa transversalité.

La conscience du résultat est l'affaire de tous les acteurs de l'organisation. Chacun perçoit sa valeur ajoutée et sa responsabilité dans l'atteinte des résultats et met tout en œuvre pour s'assurer que les résultats sont collectivement atteints. La réussite est collective ou elle n'est pas.

Il ne suffit pas pour un individu ou une équipe au sein d'une organisation de se satisfaire de la qualité du résultat qu'ils ont produit. La réussite ne s'évalue pas localement mais au bout du processus de création de valeur ajoutée de l'organisation. La responsabilité se situe à l'échelle du tout comme le « concertement ». Ainsi, l'impact est extrêmement positif sur l'organisation dans son ensemble. Les confrontations dans les silos s'estompent parce que les difficultés des uns sont les difficultés des autres. Une **responsabilité collective**, dont personne ne peut se soustraire, impose un équilibre général.



7

ÊTRE OFFENSIF, INNOVER ET SE TRANSFORMER CONTINUUELLEMENT

Avec un leadership de l'innovation

Favoriser le partage de connaissances et la créativité en stimulant les potentiels et les initiatives pour libérer The Good Company.

Pour éviter de subir les événements, il est souhaitable de les devancer dans une dynamique d'anticipation. C'est être offensif et accepter que le changement soit permanent.

L'impermanence prend place dans la culture et l'ADN de l'organisation sous forme d'agilité et de créativité pour inventer son futur. Curieuse et à l'écoute de tout ce qui tend à agir sur son organisation, **The Good Company stimule sa capacité d'innovation** et peut aller jusqu'à l'étendre avec toutes les parties prenantes qui l'entourent (les clients, fournisseurs, partenaires...).

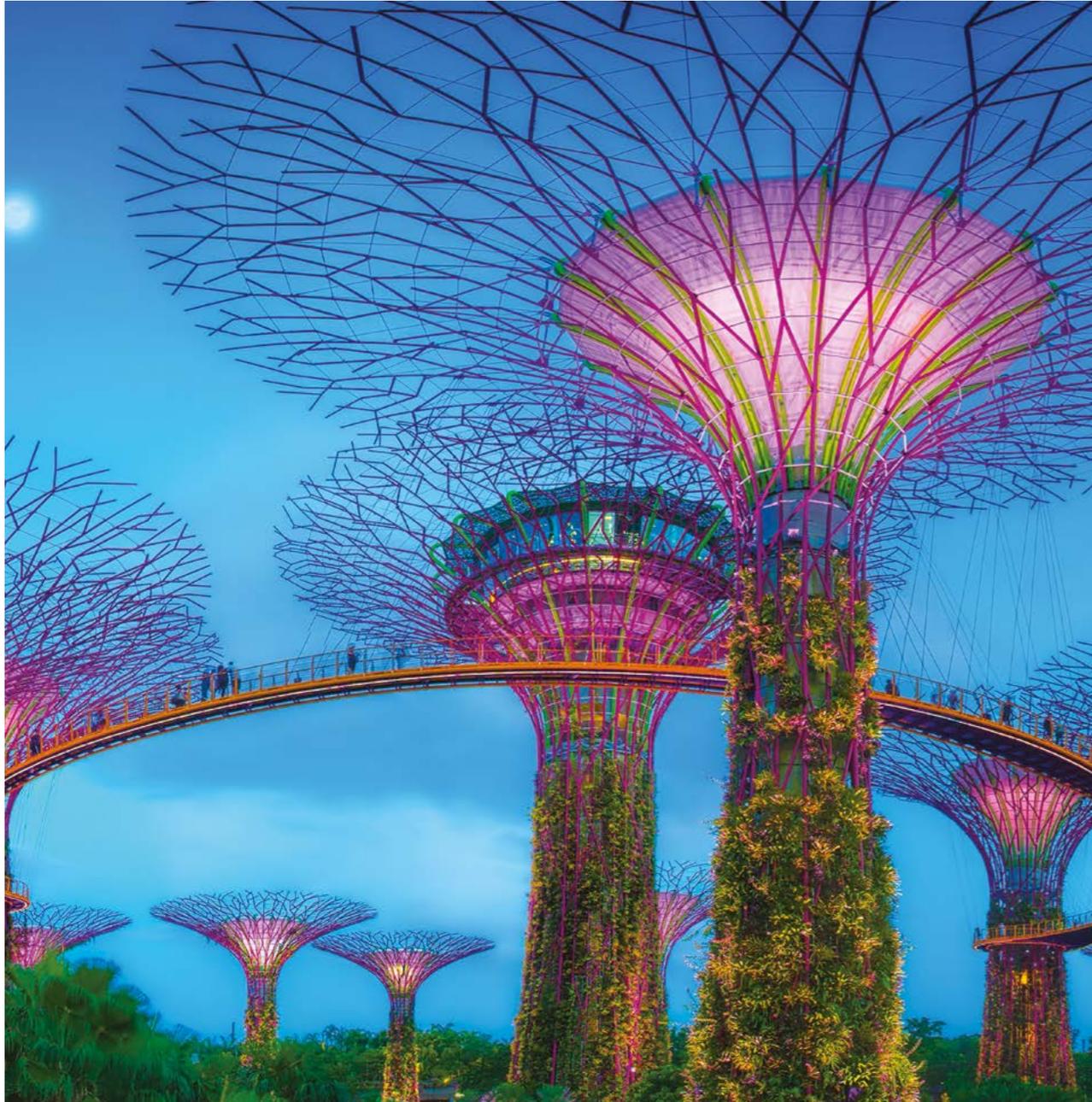
Elle développe les talents de ses collaborateurs de manière continue en relation avec son cœur de métier, le sens de son action et sa stratégie agile de développement durable. Elle contribue ainsi activement au développement et à l'épanouissement des hommes dans le collectif, pour le collectif et pour eux-mêmes. Soutenir le partage de connaissance entre tous les acteurs, toutes les générations pour accélérer la propagation d'un bon niveau d'expertise fait partie de la culture de The Good Company comme soutenir les projets pour concrétiser des idées innovantes.

Pour se transformer continuellement, The Good Company crée un espace d'expression et de conviction pour déceler les idées, au plus près du terrain, tirées de l'expérience et des enseigne-

ments. **Elle libère les initiatives** en conformité avec la stratégie et les valeurs de l'entreprise et accepte, de ceux qui osent, l'erreur pour éviter l'aversion aux risques. Ainsi, elle se transforme continuellement **en se remettant en question**, en récompensant la simplification et l'optimisation, **en assumant sa transition numérique** et en digitalisant l'information dans le cadre d'une réelle philosophie de l'information tournée vers l'humanisme.

Son cadre d'action ne contraint pas sa capacité d'innovation à l'image de l'artiste peintre qui exerce sa créativité sur sa toile.

Être offensif, innover et se transformer continuellement exige une **capacité à se projeter dans le futur collectif**. Imaginer ce que sera l'entreprise à un horizon de 5 à 20 ans selon le rythme d'évolution de son environnement socioéconomique. Cette projection s'appuie sur des convictions, des intuitions, des observations, des recherches et un raisonnement probabiliste qui s'étaient au fil de la vie de l'organisation. C'est un questionnement permanent en dehors de tout cadre strict. Les meilleures idées n'émergent que très rarement de réunions de travail. La liberté d'esprit, la liberté d'entreprendre et la pleine conscience du tout sont tout simplement nécessaires à l'innovation et à l'esprit offensif. Il y a une part qui tient au tempérament de chacun et une autre, à l'environnement dans lequel il évolue. Il n'y a pas de recette, juste quelques méthodes pour susciter la dynamique.



Kjersti Joergensen / Shutterstock

8

OSER SORTIR DES CONFORMISMES

Avec une grande ouverture d'esprit

S'affranchir des habitudes et faire preuve de curiosité et de diversité, anticiper son devenir et son positionnement sur les marchés, pour transformer The Good Company.

Tout l'environnement de The Good Company évolue très vite sous l'impulsion de changements profonds et multidimensionnels avec l'avènement des nouvelles technologies, l'arrivée de nouvelles générations, le bouleversement des marchés... Ces évolutions concomitantes et jamais connues dans notre histoire moderne, conduisent les organisations à des transformations inédites. Il est donc nécessaire d'aller chercher les solutions en dehors des conformismes.

Les systèmes d'hier ne peuvent être les systèmes de demain; alors The Good Company doit oser la transformation mais aussi oser sortir des conformismes en se libérant des contraintes des systèmes en place et en se nourrissant de l'intelligence collective. Le nouveau chemin déterminant le devenir de l'organisation peut se bâtir en libérant les initiatives individuelles qui ne subissent pas les mêmes contraintes. Une véritable ouverture d'esprit qui mobilise et donne un sens à l'action collective.

S'écarter des sentiers battus pour faire évoluer les situations sans devenir et anticiper un changement avant qu'il ne s'impose.

Pour sortir des conformismes et tracer une nouvelle voie, aucune source d'inspiration n'est à exclure. La philosophie, les cultures inspirées des peuples, l'art qui ne s'exprime sous aucune contrainte, peuvent être l'une de ces sources. **Les initiatives sociétales, écologiques, économiques... qui se révèlent partout dans le monde comme des systèmes alternatifs sont autant de sources d'inspiration qui peuvent être transposées dans le monde de l'organisation et de The Good Company.**

À l'image de sa stratégie agile de développement durable, The Good Company sait se remettre en cause dans son fonctionnement pour s'adapter avec agilité à son environnement socioéconomique au cœur de son territoire.



Hitch3r / Shutterstock

9

S'ANCRER DANS LE TERRITOIRE ET ASSUMER SES RESPONSABILITÉS SOCIÉTALES

Avec une volonté de rayonnement

Renforcer l'implication et être utile au cœur de son environnement socioéconomique pour intégrer The Good Company dans la cité et renforcer son rôle social.

Communiquer vers l'extérieur, mesurer l'impact territorial et sociétal de l'organisation. Communiquer ses convictions et appuyer le développement territorial, sociétal et économique. **Développer une conscience collective que chacun a un pouvoir d'action et peut contribuer à l'évolution de son environnement. Investir dans la culture, les associations...** Encourager le mécénat. Transmettre ses valeurs au travers d'actions caritatives et partager une part de sa réussite avec la société. L'ancrage territorial c'est aussi partager son savoir, c'est faire savoir son savoir-faire mais pas que... Expliquer son métier, son action dans la société, c'est contribuer à une acculturation du citoyen au bien-fondé des organisations institutionnelles ou des entreprises. Au fonctionnement de notre modèle économique et social... C'est un développement utile.

Être brillante et combattante n'est pas une fin en soi. The Good Company se doit aussi de partager son succès et d'en faire profiter son territoire sociétal. Création d'une fondation, soutien d'une grande cause ou d'initiatives associatives, lancement de projets pilotes, partages d'expériences.... Quelle que soit son action, The Good Company innove encore jusque dans la vision entrepreneuriale.

Elle se rend utile pour le bien commun, produit une valeur ajoutée multiforme, financière, sociale, environnementale, dans tout ce qu'elle propose au cœur de son territoire.

Elle œuvre à bâtir un « monde progressiste meilleur » et contribue à l'amélioration des modes de vie au quotidien, ainsi qu'au rapprochement des citoyens, de l'état et de l'entreprise.

EN SYNTHÈSE

1 PARTAGER UNE STRATÉGIE AGILE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Avec un véritable cap conforme à l'environnement socioéconomique

Élaborer une vision, donner du sens et manoeuvrer collectivement sur le court, moyen et long terme de façon pertinente pour assurer la pérennité de The Good Company.

3 RENFORCER LA COOPÉRATION AVEC DISCIPLINE ET RÉCIPROCITÉ

Avec un sens prononcé du collectif

Éclairer les interrelations entre les Hommes, la synergie des compétences et les processus pour créer avec responsabilité la valeur ajoutée de The Good Company.

2 SE DONNER LES MOYENS POUR RÉUSSIR SA STRATÉGIE

Avec un goût prononcé pour relever les défis

Allouer les ressources nécessaires pour atteindre avec confiance les objectifs éthiques de The Good Company et écrire son histoire dans un mouvement permanent.

4 EXERCER UN PILOTAGE DIRECT AU PLUS PRÈS DU TERRAIN

Avec une acculturation aux enjeux de l'organisation

Concierter en amont sur le devenir et décider rapidement dans un principe de subsidiarité et de transversalité pour assurer la réactivité de The Good Company.

5 PRÉSERVER L'ÉTHIQUE, LES VALEURS, LE RESPECT MUTUEL ET LE COLLECTIF

Avec une culture forte au cœur de l'organisation

Développer harmonieusement et sans préjugé les relations sociales entre toutes les parties prenantes, les clients et les partenaires pour l'équilibre de The Good Company.

7 ÊTRE OFFENSIF, INNOVER ET SE TRANSFORMER CONTINUUELLEMENT

Avec un leadership de l'innovation

Favoriser le partage de connaissances et la créativité en stimulant les potentiels et les initiatives pour libérer The Good Company.

9 S'ANCRER DANS LE TERRITOIRE ET ASSUMER SES RESPONSABILITÉS SOCIÉTALES

Avec une volonté de rayonnement

Renforcer l'implication et être utile au cœur de son environnement socioéconomique pour intégrer The Good Company dans la cité et renforcer son rôle social.

6 INTÉGRER LA CONSCIENCE DU RÉSULTAT ET DE LA PERFORMANCE COLLECTIVE

Avec l'envie de s'améliorer continuellement

Agir naturellement et avec synergie pour l'efficacité économique de The Good Company dans un mouvement perpétuel, fluide et lucide.

8 OSER SORTIR DES CONFORMISMES

Avec une grande ouverture d'esprit

S'affranchir des habitudes et faire preuve de curiosité et de diversité, anticiper son devenir et son positionnement sur les marchés, pour transformer The Good Company.

THE GOOD COMPANY EST UN ÉTAT D'ESPRIT ! CELUI DE L'OPTIMISME...



William Perugini / Shutterstock

The Good Company n'est pas une utopie
The Good Company est une organisation moderne
The Good Company est un système libéré
The Good Company est une entité disciplinée
The Good Company est une organisation concertante

The Good Company se construit **ensemble**.



Participez à cet élan
en rejoignant le réseau social de concertation :

 colidée



colidee.com

LE QUESTIONNEMENT

- Le marché de votre entreprise ou son environnement économique sont-ils en transformation ?
- Les marges sont-elles sous pression constante ou se contractent-elles ?
- Votre niveau de trésorerie est-il sous tension ?
- Avez-vous le sentiment que tout s'accélère et que votre entreprise doit dépenser beaucoup plus d'énergie pour un même résultat ?
- Est-il difficile de partager et vulgariser la stratégie de l'entreprise pour garantir son appropriation par toutes les parties prenantes ?
- Le niveau de coopération entre tous les collaborateurs peut-il être amélioré ?
- Les cycles de décision pourraient-ils être plus courts et pertinents pour assurer un bon niveau de réactivité ?
- Le mode de gouvernance de votre entreprise est-il resté inchangé ces 5 dernières années ?
- Serait-il possible d'améliorer le fonctionnement transverse de votre entreprise, les synergies et « d'aplatir » son organisation ?
- Les nouvelles technologies peuvent-elles devenir un atout pour le développement de votre entreprise ?
- Serait-il souhaitable de renforcer l'image et l'attractivité de l'entreprise dans son environnement socioéconomique ?
- La culture du résultat et le sens du service aux clients devraient-ils être renforcés ?
- Le poids de l'histoire et les habitudes acquises nuisent-ils à l'agilité de votre organisation ?
- Avez-vous identifié la bonne coopération entre les hommes comme un atout pour mieux réussir ?
- Les relations sociales au sein de votre organisation pourraient-elles être mieux équilibrées ?
- L'ancrage territorial de votre organisation a-t-il un impact sur sa réussite ?

Votre résultat :

6 à 9 cases cochées : préparez la transformation...

À partir de 10 cases cochées : accélérez la transformation

Moins de 6 cases cochées : vous êtes The Good Company !

Un chemin de pleine conscience, individuel et collectif, partagé au travers d'un ouvrage, source d'inspiration pour tous

"J'ai découvert qu'il était possible d'humaniser l'humanité..."

Thierry Pédeloup



Fermez les yeux, imaginez un instant une société où l'envie d'avancer ensemble prédomine sur toute lutte de pouvoir ; une société où la concertation prend le pas sur la confrontation ; une société où les femmes et les hommes s'entraident avec fierté dans l'intérêt commun ; une société dont les citoyens progressent en symbiose et s'unissent pour multiplier leurs talents au sein d'organisations, véritables entités d'émancipation, créatrices de richesses pour l'humanité.

Cela fait plus de 20 ans que Thierry Pédeloup entreprend avec passion, plus de 20 ans d'observation de terrain, d'analyses, de rencontres, d'émotions... qui ont forgé une vision. Au-delà des clivages habituels qui fragmentent les initiatives, à l'ère des « responsables du bonheur » qui se multiplient dans nos entreprises, n'est-ce pas le moment de retrouver du sens à l'action et aux échanges humains ?

« La Bonne Compagnie » fournit des éléments d'inspiration pour élever les consciences individuelles et collectives et donner l'envie d'innover, d'entreprendre et de mieux coopérer. « La Bonne Compagnie » veut contribuer à replacer l'organisation et les individus qui la font vivre au milieu d'un tout pour répondre aux enjeux contemporains qui les dépassent.

Se procurer le livre :

ethics-group.com

thegoodcompanyinmotion.com

ETHICS
GROUP



Transformation concertée des organisations

www.ethics-group.com

2, avenue de l'Escadrille Normandie Niemen
31700 Blagnac
Tél : +33 (0) 5 61 16 38 28

