



Question pratique

PAR STEEVES EMMENEGGER*

Comment donner du sens à mon travail alors que la perte de confiance est générale?

Nous traversons certainement aujourd'hui une des plus graves crises de confiance envers les entreprises et leurs dirigeants depuis l'après-guerre. La liste des entreprises sous le feu des critiques s'allonge chaque jour. La faillite du système basé sur les rendements maximums à court terme et la «mercenarisation» des femmes et des hommes est manifeste. Les actionnaires quittent le navire, les clients s'interrogent et les collaborateurs s'impliquent au minimum et attendent avec un enthousiasme plus que retenu le prochain patron et sa prochaine réorganisation... Pour donner le meilleur d'eux-mêmes et permettre aux entreprises de gagner, les femmes et les hommes ont besoin, aujourd'hui plus que jamais, de comprendre, de s'identifier, d'y croire, ils doivent trouver du sens. Cette tâche incombe d'abord aux patrons. Ils doivent incarner une vision et des valeurs susceptibles de mobiliser toutes les ressources. Une vraie vision c'est un vrai projet, pas la recherche effrénée d'une «taille critique» ou la réduction des coûts, mais un projet

créateur de valeur pour tous les partenaires que sont les clients, les actionnaires et les collaborateurs.

Et c'est bien évidemment ensuite aux professionnels de la fonction ressources humaines que revient ce rôle fondamental d'aider les dirigeants à mettre du sens, d'être le gardien des valeurs, de traduire la volonté stratégique en actions pertinentes et de faire en sorte de rétablir la confiance nécessaire à l'harmonie et au succès. C'est en premier lieu là que leur valeur ajoutée est et sera la plus importante. Mais c'est également à vous que revient ce rôle, évidemment dans une moindre mesure, la définition de la stratégie et la manière de la réaliser étant de la responsabilité de la direction. Pour atteindre leurs objectifs dans un environnement économique aussi instable et face à une concurrence aussi vive, les entreprises doivent déléguer le pouvoir vers le client, donc au «bout de la chaîne». Pour séduire ce client, il est indispensable que vous soyez un acteur à 100% du projet d'entreprise.

De quelle manière? En posant des questions, pour comprendre où va votre organisation et comment elle souhaite y aller. En identifiant ses valeurs, sa stratégie et ses objectifs à moyen et long terme. A vous de déterminer si vous pouvez vous y identifier... Si vous relevez des incohérences par rapport aux buts recherchés, faites-vous en expliquer les raisons, vous devez comprendre. Et, enfin, soyez responsable. N'oubliez pas que le succès de votre entreprise dépend en grande partie de vous. Remettez-vous en question également et pilotez votre carrière comme un mini-entrepreneur: gardez vos compétences à jour et soyez un de ceux avec qui on a envie de bâtir l'avenir, pour autant que l'avenir qu'on vous propose vous convienne... ■

*Directeur des ressources humaines, Mirabaud & Cie.