

Le sentiment d'appartenance – Ce que l'on doit apprendre des entreprises familiales

Être fier de travailler pour une Maison, se sentir utile, solidaire d'un groupe, être loyal ; tels sont les valeurs que beaucoup d'entreprises attendent de leurs employés.

A charge pour les Managers et RH de ne pas se tromper de stratégie dans leur politique de motivation.

Le sentiment d'appartenance à son entreprise serait-il un levier de motivation pour des Managers en manque d'inspiration ? La réponse se trouve peut-être dans ce que les entreprises familiales ont de particulier dans leur gouvernance notamment.

En Europe, on dénombre environ 700 grosses entreprises familiales œuvrant dans des paysages économiques aussi variés qu'il existe de métiers ; tels que l'industrie automobile (Porsche), l'hôtellerie (Collection Oetker) ou encore la maroquinerie (Goyard, Hermès...), et c. ...

En France, 83% des PME et ETI sont familiales et 40% pour les grandes entreprises. Pour n'en citer que quelques-unes ; Bonduelle, ERAM, Cristal d'Arques, Bénéteau, Andros, Pasquier, CEMOI, Burma, Goyard....

Le succès pérenne de ces entreprises vient de ce que leurs stratégies sont vues sur du long terme, de ce que le dialogue intergénérationnel est efficient, de ce que la gouvernance est bonne et de ce que leur gestion est prudente. Car, n'oublions pas que le patrimoine familial et l'argent de l'entreprise se confondent souvent.

L'implication est ainsi importante car, de l'investissement des membres de la famille, dépend le succès de l'entreprise.

Cependant, 85% des Managers sont recrutés hors la famille, ce qui permet d'acquérir ou de développer des compétences, de rester professionnel sans perte du contrôle familial.

Famille = appartenance filiale = responsabilité.

De ce que je retiens, c'est que d'inclure l'individu dans le processus de concertation des stratégies « locales » à long terme, lui permettre d'avoir son avis écouté et discuté permet de le valoriser. D'autant plus au sein d'une structure très hiérarchisée. L'on fait appel à l'égo de chacun, du sentiment de fierté dont la définition est : sentiment d'orgueil, de satisfaction légitime de soi ; ce qui fait concevoir ce sentiment.

Ainsi, en écho à la reconnaissance du travail bien fait, de la responsabilité prise, est renvoyé ce sentiment de fierté car de son labeur est « né » un résultat valorisé. Dès lors, sont posés les jalons de l'appartenance.

Qu'il s'agisse de petites entités commerciales ou de grandes entreprises, du salarié chargé de l'entretien au cadre dirigeant, le sentiment d'appartenance est le ciment de la fidélité et de la bonne volonté des employés.

L'histoire de l'industrie nous offre un exemple majeur du sentiment d'appartenance ; **Michelin**.

Société hautement paternaliste du début du 20^{ème} siècle jusqu'aux années 80, la société avait pour leitmotiv de développer le sentiment d'intérêt commun entre patrons et salariés. Ainsi furent créés un centre médical, une coopérative alimentaire, une cité ouvrière, etc..., afin que chacun soit débarrassé de toute contrainte extérieure et gagner en productivité. Nombreux sont les employés dithyrambiques quant à leur société, satisfaits d'avoir pu y progresser et d'y faire une belle carrière.

Ce sentiment d'appartenance est fort, pérenne, se manifeste par l'implication au succès de l'entreprise, une productivité importante et une fierté non feinte.



Bien que ce schéma social en entreprise puisse paraître désuet, il suffit de traverser l'Atlantique et faire un tour dans une entreprise bien connue de tous afin de constater qu'il n'en est rien et qu'au contraire, penser bien-être de l'employé c'est penser succès : Google. Leitmotiv très similaire à celui initial de Michelin, Google s'emploie à ce que chaque salarié se trouve confortable dans son lieu de travail (Crèches, restaurants, espaces de détente, etc...).

Je ne décris pas un schéma idéal, puisque malgré tout, la politique Michelin n'a pas pu juguler des mouvements sociaux importants. Il n'est pas question de faire l'apologie des grandes entreprises dont les moyens ont été suffisant pour avoir une réflexion sociale de grande envergure, mais d'extraire le suc de leur volonté, leurs valeurs intrinsèques.

Alors, ce que l'on peut retenir c'est que le sentiment d'appartenance est un moteur éprouvé dont les démonstrations ont été faites par nombre d'entreprises familiales.

De ce sentiment naissent des entreprises solides, à l'implication salariale pérenne. Et de rappeler qu'il appartient à chaque Manager de se constituer en tant que liant dans la relation salarié – entreprise.

Human Issue Consulting