

Valeurs et culture d'entreprise : et si on cessait le "bullshit" ?

La culture d'entreprise ne se définit pas, elle se vit. Mais comment, concrètement, la faire vivre ?

Temps de lecture : minute

18 décembre 2019

Ni plus ni moins, la culture d'une startup est ce qui la rend unique. Elle découle d'une vision insufflée par les dirigeants, dont les collaborateurs sont les ambassadeurs et les garants. En somme, un facteur déterminant de la réussite et de la productivité. Mais pour en faire un réel atout concurrentiel, pas de place pour les valeurs stéréotypées ni pour les schémas répliquables. Il faut l'ancrer, l'incarner et la poser sur papier.

La culture d'entreprise ne se définit pas, elle se vit

La culture d'entreprise aussi appelée culture organisationnelle se construit avant tout autour de valeurs fortes. Omniprésente, elle se manifeste à travers différents aspects et pas seulement à coups de tournois de baby-foot et de plantes vertes : rituels et traditions, agencement des bureaux, codes vestimentaires, façon de s'exprimer, méthodes de travail, savoir-faire... Tous ces éléments constituent l'ADN de la startup. Elle passe également par la mise en place d'outils visant à favoriser les rencontres et les échanges entre collaborateurs et collaboratrices.

Séminaires, portraits d'employé·e·s, newsletter interne, rassemblements, célébrations, participations à des événements au nom de l'entreprise...

Très concrets, ces moyens permettent d'entretenir la cohésion, la communication et la solidarité. Une culture d'entreprise forte crée du lien, fédère les équipes et consolide le sentiment d'appartenance à une "tribu". Portés par cette dynamique positive, les collaborateurs et collaboratrices sont plus investis et plus productifs. Car oui, la culture d'entreprise tire sa force du collectif et lorsqu'elle est partagée et soudée, elle devient un puissant moteur.

De l'innovation dans le moteur de la culture d'entreprise

Pour encourager et développer le potentiel de chacun, il appartient aux fondatrices et fondateurs eux-mêmes de proposer des initiatives visant à promouvoir et stimuler l'ambition. Parce que la performance passe par un apprentissage constant, les collaborateurs et collaboratrices doivent avoir la possibilité de se perfectionner dans leur domaine en assistant à des conférences, salons ou workshops. Plus encore, la startup a pour rôle de valoriser, célébrer et partager tous les succès, individuels ou collectifs, afin qu'ils soient vecteurs de motivation et d'inspiration.

Mais l'innovation, c'est aussi ne pas avoir peur du changement ! Une culture pertinente est en perpétuelle évolution, elle se mue avec la startup, au fil de son développement et de ses réussites. Il est donc nécessaire de solliciter régulièrement les équipes, en leur proposant, par exemple, de donner un avis sur leur expérience collaborateur. Enfin, la culture d'entreprise commence dès le recrutement. De la fiche de poste à l'onboarding, chaque étape doit véhiculer l'âme de la start-up. Rencontre avec les fondatrices/fondateurs, immersion dans les équipes, formations... L'implication et l'enthousiasme des nouvelles recrues sont la clé d'une transmission de culture d'entreprise réussie. L'étincelle, ce "fit" culturel, doit bel et bien être au rendez-vous.

Et pourquoi pas un Culture Book ?

Véritable bible de la culture d'entreprise, le Culture Book permet de communiquer en interne comme en externe sur ce qui fait la singularité d'une structure. Encore rare en France, cette tendance made in USA a été démocratisée par des mastodontes comme Netflix mais également par un nombre croissant de startups et scaleups.

La rédaction du culture book est avant tout un exercice collaboratif. Les dirigeants et dirigeantes comme les employé·e·s sont invités à s'exprimer sur leur vision, à mettre en mots les valeurs fondamentales de la startup. C'est la participation et l'investissement de chacun et chacune qui permet la cohérence et la concrétisation du culture book. Son objectif est non seulement de définir les grands principes de la culture d'entreprise, mais aussi de la faire perdurer. Pour les startups implantées dans plusieurs pays, le culture book offre par ailleurs une harmonisation totale des standards, posée sur papier. Distribué à l'international, il est garant d'une parfaite synchronisation des processus et assure la promotion des valeurs ainsi que des rites de l'entreprise à travers le monde.

Dimitri Farber est directeur général de Tiller

Article écrit par Dimitri Farber