



VU

par JEAN-MARC  
CHAPUT

jmchaput@videotron.ca

# Protégez votre personnalité

« Les PME  
accordent trop  
de pouvoir aux  
conseillers de  
toutes sortes,  
et vont jusqu'à  
faire des  
complexes... »

J'ai la chance de visiter régulièrement de nombreuses entreprises, surtout des PME. Je suis toujours émerveillé par leur personnalité distinctive, toujours très marquante. C'est quasiment une signature ! Toutes, elles ont leurs façons de faire et leur propre mode de développement, qui m'émerveille chaque fois. Elles ont leur histoire, leurs légendes, leurs faits d'armes. En un mot, elles ont une âme.

Je ne pense pas que les PME apprécient à sa juste valeur leur identité spécifique. Pourquoi ? Parce que trop souvent, elles s'en laissent imposer par un gérant de banque qui a reçu des instructions d'un siège social ignorant tout de l'entreprise. Ou par un conseiller en marketing qui, après quelques visites, se permet de tracer LE plan nécessaire à la survie de l'entreprise. Ou par un comptable qui, cherchant à protéger les acquis, néglige une excellente occasion d'affaires. Les PME accordent trop de pouvoir aux conseillers de toutes sortes, et vont jusqu'à faire des complexes : « Je n'ai pas fait d'études en comptabilité, en gestion financière, en gestion de personnel ; je dois donc écouter les gens plus instruits et plus intelligents que moi. »

Je me souviendrai toujours de ce judicieux conseil que m'avait glissé Pierre Péladau : « Jean-Marc, en affaires, on a toujours besoin de conseils. Il te faut un comptable, un avocat, un bon directeur de banque. Demande-leur toujours leur avis avant d'agir. Mais ensuite, fais à ta tête ! » Il avait raison ; il n'a jamais perdu l'âme de son entreprise.

J'ai en tête cet article paru dans la revue *Fortune* du 24 novembre 2003, intitulé : « The only company Wal-

Mart fears » (La seule entreprise que craint Wal-Mart). Je vous en ai déjà parlé ! Après vingt-cinq ans d'existence, Costco conserve toute sa personnalité. Les actionnaires critiquent vertement James D. Sinegal, son fondateur. Ils lui reprochent de dilapider le capital de l'entreprise en payant à ses employés des salaires exorbitants et des avantages sociaux très élevés pour le commerce de détail, tout en maintenant une faible marge brute de 14 %. Malgré tout, l'homme d'affaires maintient le principe qui a fait sa réussite jusqu'à aujourd'hui. Il répète à tous : « Nous croyons que lorsque qu'on prend bien soin de ses clients et de ses employés, à long terme, les actionnaires sont récompensés. Je suis l'un de ces actionnaires, et j'attache une importance au prix des actions de l'entreprise. »

Pensez encore au Cirque Éloïse, qui a su garder son âme en évitant d'imiter son aîné, le Cirque du Soleil. En 12 ans, il a donné des représentations dans plus de 200 villes dans 21 pays, sans perdre son âme de saltimbanque aux acrobaties et aux jongleries époustouflantes. La direction a toujours maintenu le cap ; une grande simplicité accompagne les prouesses présentées.

Ne laissez pas les spécialistes changer la personnalité de votre entreprise : celle-ci constitue l'essence même de l'entrepreneur. Ce dernier a un rêve que lui seul peut réaliser, il en est intimement convaincu. Rappelez-vous que les concepts sont souvent des mots vides, sans âme. Une PME, c'est vivant. L'entrepreneur la porte en lui et ne saurait la confier à qui que ce soit. Bien sûr, il peut et doit se faire aider, mais jamais au risque de perdre sa personnalité. **PME**