

« Une raison d'être... pour agir »

 Énoncé du livre

Vous avez découvert l'importance croissante de la **raison d'être** dans la stratégie des entreprises. Cet exercice vous invite à explorer la manière dont votre organisation pourrait (ou devrait) **explicitement sa contribution à la société** – et s'en servir comme **levier de transformation**.

1. Diagnostic individuel - Quel cap voulons-nous suivre ?

Prenez 10 à 15 minutes pour réfléchir et répondre aux questions suivantes :

- Votre organisation a-t-elle formulé une raison d'être ? Si oui, est-elle connue, partagée, intégrée aux décisions ?
- Cette raison d'être guide-t-elle réellement les arbitrages stratégiques ? Ou reste-t-elle symbolique ?
- Peut-on citer des décisions concrètes prises (ou refusées) au nom de cette raison d'être ?
- Quelles tensions remarquez-vous entre objectifs économiques et ambitions sociétales affichées ?
- Quelle serait, selon vous, une formulation **authentique et mobilisatrice** de la raison d'être de votre organisation ?

2. Échange collectif - De l'intention à l'action

En petit groupe (4 à 6 personnes), partagez vos réflexions :

- Quels points communs ou divergences voyez-vous dans vos raisons d'être respectives ?
- Avez-vous identifié des **raisons d'être réellement structurantes** dans des organisations que vous admirez ?
- Quels sont les **risques d'instrumentalisation** d'une raison d'être mal incarnée ?
- Listez **2 à 3 actions concrètes** pour la faire vivre au quotidien :
 - comité de mission,
 - indicateurs d'alignement,
 - arbitrage éthique sur les nouveaux projets,
 - baromètre interne de cohérence.

 **Note finale** : formulez, en une phrase, ce que serait une **raison d'être sincère, stratégique et mobilisatrice** pour votre organisation, et ce que cela changerait si elle était réellement prise au sérieux.

 **Objectif** : passer de la déclaration d'intention à une gouvernance guidée par le sens.

 Pour aller plus loin

Nous vous proposons de mettre en place un atelier collectif intitulé « **De la raison d'être à l'action** », permettant d'explicitement le sens du projet collectif, d'identifier les écarts entre discours et décisions, et de concevoir des mécanismes concrets d'alignement stratégique.

Vous trouverez ci-dessous :

-  la **fiche-méthode**, détaillant le déroulé et les outils à mobiliser ;
-  une **fiche de synthèse préremplie**, illustrant le résultat obtenu par **Gabrielle**, l'une des quatre protagonistes du livre « *La RSE, mais c'est très simple* ».

💡 **Objectif** : ancrer la raison d'être dans la stratégie et les pratiques quotidiennes, comme moteur d'un projet d'entreprise cohérent et fédérateur.

👥 L'exemple de notre personnage : Gabrielle - Faire vivre la raison d'être

Gabrielle, fondatrice du réseau de micro-crèches **BabyDream**, a longtemps résumé sa mission en une phrase : « Offrir aux familles un accueil bienveillant et éducatif. »

Mais cette phrase, présente sur les affiches et les plaquettes, ne suffisait plus à fédérer ses équipes ni à justifier les choix stratégiques. Lors d'un séminaire, elle décide de **revisiter collectivement la raison d'être du réseau**.

Pendant plusieurs semaines, chaque crèche partage ses mots-clés : *proximité, respect, éveil, inclusion, durabilité*. Une formule émerge peu à peu : « Accompagner chaque enfant, chaque parent et chaque professionnel à grandir ensemble, dans un environnement bienveillant et responsable. »

Gabrielle ne veut pas s'arrêter à une belle phrase. Elle intègre cette raison d'être dans :

- les **recrutements** (entretien d'alignement sur les valeurs),
- les **décisions d'investissement** (priorité aux fournisseurs durables et locaux),
- la **formation des équipes** (module "notre raison d'être au quotidien"),
- et la **communication externe** (mise en avant des impacts sociaux et environnementaux mesurés).

Résultat : en six mois, le réseau observe une meilleure cohérence, un engagement renforcé des équipes, et une fierté partagée.

La raison d'être est devenue **une boussole vivante**, pas une formule marketing.

Fiche-méthode « Une raison d'être... pour agir », exercice page 151

► Atelier collectif « De la raison d'être à l'action » - Version 2025

Objectif de l'exercice

Aider l'organisation à formuler ou revisiter sa raison d'être, puis à la traduire en actions et indicateurs concrets de cohérence stratégique.

Déroulé de l'atelier

1. **Réflexion individuelle** (10 min)
 - Chaque participant répond aux questions de l'exercice.
 - Identification des mots-clés exprimant la vocation profonde de l'organisation.
2. **Co-construction collective** (30 min)
 - Mise en commun des mots-clés et valeurs récurrentes.
 - Rédaction d'une **phrase-socle** (raison d'être brute).
 - Débat sur sa clarté, sa sincérité et sa dimension mobilisatrice.
3. **Traduction opérationnelle** (30 min)
 - Identifier **3 actions** ou décisions qui prouvent ou prouvent mal l'alignement avec cette raison d'être.
 - Formuler des **indicateurs d'alignement** (ex. : % de décisions conformes aux engagements, satisfaction interne).
4. **Plan d'incarnation** (30 min)
 - Décider comment et par qui cette raison d'être sera portée :
 - gouvernance (comité de mission, chartes, suivi) ;
 - communication (interne et externe) ;
 - RH (recrutement, formation, reconnaissance).

 **Durée totale indicative** : 1 h 40

Outils recommandés

-  **Grille d'analyse de la raison d'être** (authenticité, cohérence, pilotage)
 -  **Modèle de phrase de raison d'être participative**
 -  **Tableau d'alignement "intention → action"**
-

Indicateurs recommandés

- % de décisions stratégiques cohérentes avec la raison d'être
- Nombre d'actions concrètes lancées pour l'incarner
- Taux d'appropriation mesuré via un baromètre interne

- Evolution de la satisfaction ou de la fierté d'appartenance
-

À retenir

Une raison d'être sincère **ne se décrète pas**, elle se vit au quotidien. C'est une boussole de décision, un cadre d'arbitrage et un récit fédérateur.

À VOUS DE JOUER !

Exemple de fiche de synthèse « Une raison d'être... pour agir », exercice page 151

► Atelier collectif « *De la raison d'être à l'action* » mené par Gabrielle, fondatrice du réseau BabyDream, du livre « *La RSE mais c'est très simple* » - Version 2025

Objectif

Reformuler et incarner la raison d'être du réseau pour en faire un levier de cohésion, de décision et de transformation.

Contexte et participants

- **Participants** : 12 responsables de crèches, 3 membres du siège.
- **Durée** : 3 ateliers de 2 h.
- **Facilitatrice** : Gabrielle, fondatrice.

Plan d'action

Étape	Action engagée	Responsable / Échéance	Indicateur de suivi
Formulation	Atelier participatif de co-écriture avec les équipes	Gabrielle / Février 2026	Raison d'être validée et diffusée
Intégration	Formation "vivre la raison d'être" pour tous les salariés	Référente RH / Mars 2026	% collaborateurs formés
Alignement stratégique	Revue d'investissement selon critères RSE & raison d'être	Direction / Avril 2026	Nb de projets validés selon alignement
Gouvernance	Création d'un comité "Raison d'être & impact"	Conseil du réseau / Juin 2026	Comité installé et actif

Mobilisation et ressources

- Appui communication interne, direction RH et Cité de la RSE.
- Outils : grille d'alignement, tableau de suivi, sessions de co-définition.

Observations partagées

- L'écriture collective a permis de **réconcilier le sens, la mission et les choix économiques**.
- Les salariés ont ressenti un **regain de motivation** et une meilleure compréhension du "pourquoi" de leur travail.
- Les décisions d'achat et de communication sont désormais **filtrées par la raison d'être**.
- L'atelier a démontré que la sincérité du sens partagé est un **facteur de performance durable**.

Suivi et perspectives

- Évaluation annuelle de l'appropriation par les équipes.
 - Intégration des indicateurs de raison d'être dans le futur rapport de durabilité.
 - Objectif 2027 : élargir la démarche à tout le réseau BabyDream France.
-

Engagement de l'équipe

« Notre raison d'être ne se lit pas sur une affiche, elle se voit dans la manière dont nous accueillons, décidons et grandissons ensemble. »

Liens complémentaires

- WikiRSE.org : Fiche « Formaliser la culture d'entreprise, les valeurs et la déontologie »