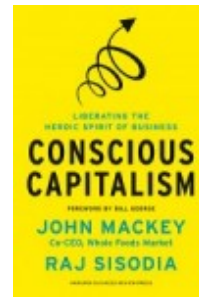
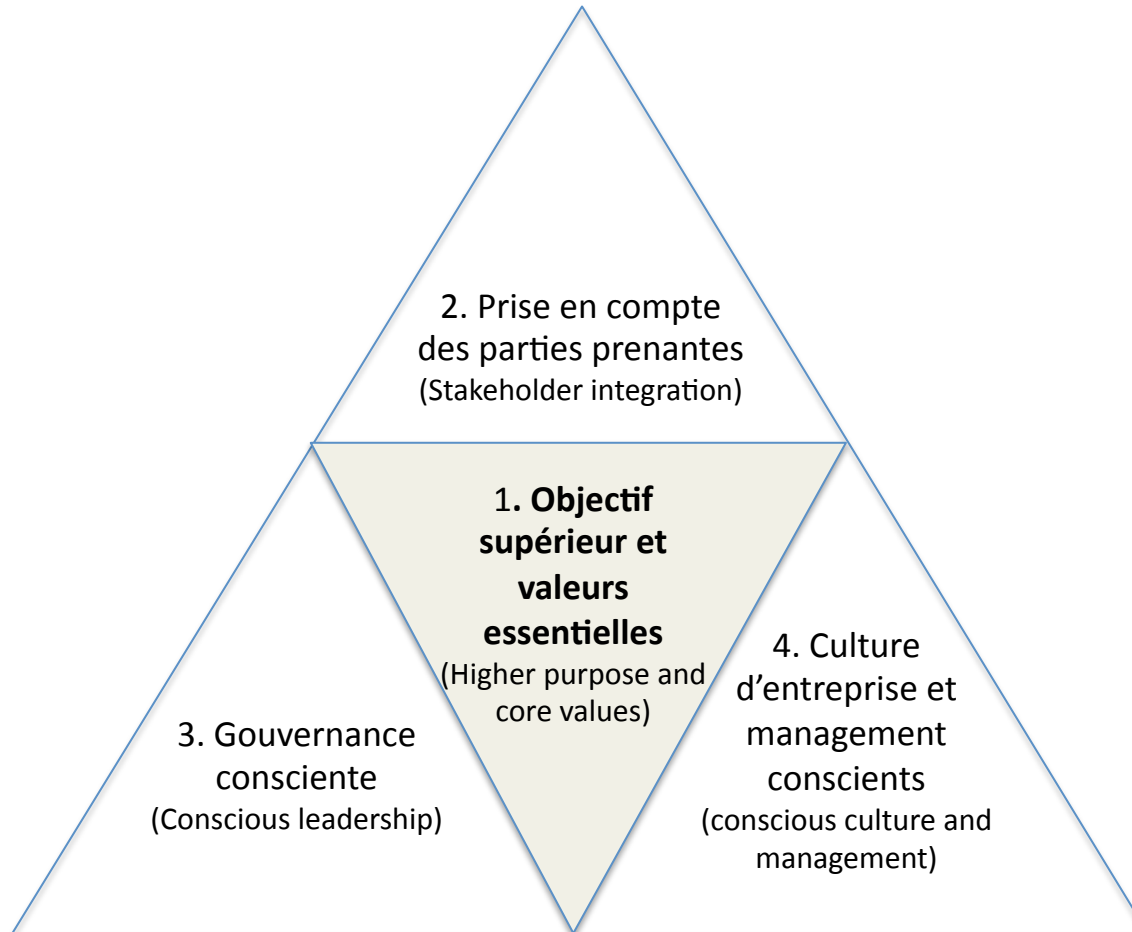


CONSCIOUS CAPITALISM



Résumé du livre de John Mackey et Raj Sisodia

Les 4 piliers du capitalisme conscient



1. Objectif supérieur (Higher Purpose)

4 catégories de grands objectifs :

- Le Bien Santé, éducation, service, qualité de vie
- Le Vrai Recherche, connaissance
- Le Beau Création, art, design, architecture
- La Révolution (the Heroic) Faire changer le monde (la bio ?)

Objectifs « héroïques » définis par Whole Food Market

- Faire changer le système d'agriculture
- Améliorer la santé par l'alimentation saine
- Lutter contre la pauvreté dans le monde (whole Planet Foundation)
- Changer le modèle économique (Conscious Capitalism)

2. Prise en compte des parties prenantes (Stakeholder Integration)

Les Parties Prenantes :

- Les consommateurs (loyal trusting consumers)
- Les collaborateurs (passionate inspired team members)
- Les investisseurs (patient, purposeful investors)
- Les fournisseurs (collaborative, innovative suppliers)
- La collectivité (flourishing, welcoming communities)
- L'environnement (healthy vibrant environment)

Et aussi...

- Les concurrents
- Les syndicats
- Les activistes
- Les médias
- L'Etat

LES CONSOMMATEURS

- Développer des relations plus étroites
- Guider et éduquer les consommateurs
- Innover pour répondre aux attentes
- Ennobler le marketing
- Faire du consommateur un prescripteur
- Améliorer le contact avec le personnel

L'ÉQUIPE (team members)

- Les collaborateurs doivent prendre du plaisir au travail
- Éclaircir et élever les motivations (gagner sa vie, faire une carrière, suivre une vocation)
- Recrutement conscient
- Fidélisation, suivi des parcours individuels
- Créer et motiver des équipes
- Approche « consciente » des rémunérations et des avantages
- Santé et bien-être des collaborateurs (ex : healthy discount incentive program, total health immersion)

LES INVESTISSEURS

- Redécouvrir la fonction noble du capital
- Considérer les investisseurs de façon responsable et consciente
- Faire la différence entre investisseurs et spéculateurs
- Capital et gouvernance *
- Capital familial et successions *

* Non traité dans « conscious capitalism »

LES FOURNISSEURS

- Reconnaître leur importance aujourd'hui
- Traiter les fournisseurs avec respects
- Engager des partenariats
- Les fournisseurs amènent de la valeur par leur créativité
- Politique de paiement
- Soutien dans les difficultés et dans le développement
- Faire partager les succès

LA COLLECTIVITE

- Philanthropie soustraite aux investisseurs ?
- Entreprise et citoyenneté
- Implication locale
- Créer une Fondation (Whole planet foundation, whole kids foundation)
- Politique fiscale
- Partenariat avec des ONG
- Implication des employés, fournisseurs , clients

ENVIRONNEMENT

- La seule partie prenante à ne pas revendiquer
- Etre conscient de son impact
- Orienter la consommation (moins de viande)
- Bien-être animal
- Ne sélectionner que les productions durables
- Programme réduction carbone
- Exemples : 3M,UPS,Posco,Walmart

3. Gouvernance consciente

(conscious leadership)

- Emergence des valeurs féminines
 - Attention
 - Coopération
 - Compassion
- Distinguer leadership (création, évolution) et management (fonctionnement)
- Qualités d'un bon leader : Connaissance de soi, compréhension des autres, intelligence morale (perception du bon, du beau et du vrai), pensée vivante (intelligence des systèmes), sens du service, intégrité, amour et attention (love and care)
- Danger du leader charismatique

Devenir un dirigeant conscient (1)

- « Suivre son cœur » : apprendre à entendre la voix de sa conscience, sentir lorsque l'on s'écarte de cette intuition
- Apprendre à apprivoiser la peur (souvent liée à la vision du futur)
- Se référer à des modèles (historiques, spirituels)
- Travailler ses qualités (vertus), l'intelligence du cœur (emotional intelligence) et la pensée vivante (systems intelligence)
- Développer son niveau de conscience (apprendre et grandir)

Devenir un dirigeant conscient (2)

- Une crise est une merveilleuse opportunité pour grandir
- Importance de la forme physique : alimentation saine, exercice, attention aux excitants (café, alcool, drogues, médicaments)
- Temps de retour sur soi (méditation, prière, tai chi...)
- S'ouvrir aux sagesses du monde

4. Culture et management conscients

(conscious culture an management)

Les 7 caractéristiques de la culture consciente

- Trust Confiance
- Accountability Responsabilité
- Caring Attention
- Transparency Transparence
- Integrity Intégrité
- Loyalty Loyauté
- Egalitarianism Egalitarisme

Confiance

La confiance est la base de toute activité humaine collective.

La confiance entre les membres d'une entreprise constitue un « capital social ».

C'est le lubrifiant essentiel d'un fonctionnement harmonieux.

La confiance interne attire et suscite la confiance des parties prenantes.

Comment construire une culture de confiance :

- Poursuivre des objectifs clairs et nobles (higher purpose)
- Le montrer dans les actes (cohérence)
- Faire confiance pour obtenir la confiance (réciprocité)
- Transparence (rémunérations, décisions)
- Communication objective (publicité)

« LOVE AND CARE » (Fraternité)

- Inhabituel dans le langage économique
- Bannir la peur
- Embaucher et promouvoir sur la capacité à développer une attitude fraternelle
- Prendre les décisions difficiles (réduction d'effectifs) à partir d'une approche fraternelle
- Favoriser les appréciations et reconnaissances entre les collaborateurs

Management conscient 1

(conscious management)

Un management traditionnel fait échouer la mise en place d'une culture consciente.

Éléments clés d'un management « conscient » :

- Equilibre centralisation – décentralisation
 - Laisse un certain niveau d'initiative et d'autonomie, gage de motivation
 - comparaison entre un orchestre symphonique et un groupe de jazz
 - accepter un certain niveau de perte et d'inefficacité.
- Intelligence collective largement dispersée
 - À chaque niveau peuvent s'exprimer des trésors d'intelligence et de créativité à condition d'avoir un espace pour le faire.
- Délégation de pouvoir (empowerment)
 - Décentraliser sans donner le pouvoir ou prendre des décisions est inefficace. Cela suppose d'accepter les éventuels échecs qui permettent de faire évoluer le savoir-faire.

(Management conscient 2)

- Responsabilité
 - La délégation de pouvoir doit s'accompagner de responsabilité.
 - Evaluations et bilans doivent être faits et partagés régulièrement .
- Partage de destin
 - La réussite doit être partagée par toutes les parties prenantes. En cas de difficulté, les parties prenantes seront solidaires.
- Innovation
 - Dans une société « consciente », l'innovation peut émerger à tout niveau et ne se réduit pas à un service spécialisé et très couteux.
- Collaboration
 - L'innovation sans collaboration a une valeur limitée. Les idées doivent circuler, être partagées et améliorées.
- L'entreprise comme lieu d'apprentissage.
- Vers un « self-management », **« le rôle des managers n'est pas de contrôler mais de créer les conditions qui permettent l'auto-organisation ».**