

Patrimoine culturel : un enjeu majeur pour l'entreprise



Jérôme CAROZZA
Business Developer d'Orange Développement

Il insiste sur deux des aspects de plus en plus de patrimoine culturel : les équipements d'un bâtiment d'origine de grande importance dans l'entreprise. Pour en savoir plus : www.manager.fr



Gabriel DODAT
Co-fondateur, président directeur

L'entreprise n'est pas seulement une entité économique vouée à générer des comptes de résultat positifs et à "nourrir" ses collaborateurs, mais aussi le point de rencontre entre une histoire, des lieux, des valeurs et des hommes. Un patrimoine culturel vecteur de sens, d'image et de dynamique...

Créateurs et dirigeants de PME, candidats à la reprise d'une franchise ou d'une entreprise familiale... doivent avoir une approche marketing et commerciale et une vision stratégique précise. Si la performance économique, source de patrimoine financier, les motive principalement, elle ne doit pas occulter l'importance des réalités humaines et sociales, cruciales pour faire vivre le patrimoine culturel de l'entreprise. Cet héritage, agrégat complexe de repères composé d'une histoire commune, de lieux, d'objets et de valeurs constitue un pilier essentiel de construction, d'intégration et d'avenir. La relation humaine et patrimoniale est ainsi un enjeu sociétal majeur, pourtant globalement sous-exploité dans le monde professionnel, directement concerné par les nombreuses retombées de sa prise en compte.

L'entreprise : vivier de patrimoines riches et variés

Industrie, BTP, services... Toute entreprise regorge d'éléments patrimoniaux. Sur le plan matériel, les bâtiments et locaux de travail sont source d'une mémoire collective importante. Le siège social, notamment, présente une valeur patrimoniale élevée par son enracinement géographique, sa facture architecturale et sa relation avec son environnement. Outils et machines alimentent la force du savoir-faire, tout comme les produits portant en eux l'évolution des techniques et des savoir-faire. Quant à l'héritage immatériel, il doit aussi être pris en considération : brevets et savoirs, dates, esprit et philosophie d'entreprise, éthique et valeurs défendues par l'équipe dirigeante.

Un levier stratégique de cohésion, promotion et croissance

En quoi ces acquis patrimoniaux, une fois identifiés et révélés, contribuent-ils au succès des affaires ? D'abord, ils repré-

sentent un puissant outil pour (re)créer du lien social et un sentiment d'appartenance, permettant aux salariés de mieux comprendre le projet d'entreprise et de se l'approprier. Correctement transmis et animé, le patrimoine culturel de l'entreprise renforce la cohésion des équipes et diminue les tensions collectives. Ensuite, sur le terrain de la communication et des relations publiques, ce patrimoine est un point d'appui fort pour promouvoir l'entreprise auprès de sa clientèle, de ses fournisseurs et partenaires. Enfin, les gains de productivité et de notoriété liés à la progression de la cohésion interne et de la promotion externe favorisent la croissance économique globale.

De l'idée à l'action : identifier et valoriser

Première étape : dresser un inventaire complet des héritages culturels de l'entreprise en identifiant les divers éléments matériels et immatériels d'intérêt historique et sociologique, et les analyser méthodiquement. Ce "bilan patrimonial" ou audit culturel s'impose d'ailleurs en cas de restructuration ou de transmission d'entreprise, opérations délicates dont on sait bien que la réussite ne repose pas que sur des critères économiques.

Dans un second temps, il faut valoriser ce patrimoine culturel par des produits d'édition internes et externes, une scénarisation du siège social et des espaces de conception et de vente, et des expositions permanentes et itinérantes : une muséographie d'entreprise novatrice porteuse de développement économique et d'emploi. Ces phases opérationnelles, qui peuvent être réalisées en interne par une équipe dédiée et formée à cet effet ou confiées à un prestataire externe, nécessitent sensibilisation et implication de tous les collaborateurs, condition de leur adhésion à une démarche engageant l'entreprise sur la voie du management responsable... ■