**COUR : L’identité de l’entreprise : Son image, sa culture et son projet**

Toute entreprise a une histoire, des habitudes, des comportements, une manière de traiter les problèmes et de percevoir son environnement.

Les concepts de culture, d'image, de projet d'entreprise, ne doivent pas être confondus.

L'identité هويةde l'entreprise englobe tous ces concepts et représente l'ensemble des éléments qui constituent *la spécificité de l'entreprise.*

***L’image de l’entreprise***

***«L'image de marque» de*** l‘Ets : العلامات التجارية

«Est l'ensemble des représentations mentales, croyances ou connaissances liées à l'entreprise.

Cette notion recouvre deux aspects :

* ***L'image perçue par le public*** : La notion «*d'image de marque*» et son importance dans la notoriété, la réputation de l‘Ets est liée à la qualité de ses produits, de *ses services*, de *ses innovations…*
* ***L'image perçue par les salariés:*** A travers le climat social, journal interne, politique de formation, de stimulation, de motivation, ….). Cette image peu, bien entendu être positive ou négative.

Identité et culture sont 2 notions qui se complètent:

***L’identité de l’entreprise***

**Définition** :

«Est l’ensemble des éléments qui permettent de distinguer l’Ets aussi bien à l’intérieur qu’à l’extérieur».

* Identité visuelle (Nom, logo, produits).
* Organigramme.
* Mode de commandement.
* Outils de production.
* Cohésion, spécificité et stabilité dans le temps
* ***La culture* d'entreprise**

**«**L’ensemble *cohérent des attitudes communes* à tous les salariés dans leur contexte de travail».

« L'ensemble des *valeurs, des symboles, des mentalités* et des pratiques professionnelles qui doivent orienter les efforts de personnel vers la réalisation d'objectifs communs».

Il s'agit «d’un *mode de pensée* et d’*action* habituelle, *plus ou moins partagé* et qui doit être appris et accepté».

***Les éléments matériels de la culture de l’entreprise***

**Les *rites*** الشعائر : Actes, comportements qui se répètent et qui ont pour objet de développer le sentiment d’appartenance, et de fixer la culture d’entreprise.

Ils marquer la vie quotidienne de l’entreprise par ex. la manière de commencer le travail, les réunions de travail, La pause et détente, repas, l’usage du prénom, …..

**Les tabous;** المحرمات : C'est ce que l'on veut nier, cacher, exorciser parfois.

Certains tabous peuvent gêner le bon fonctionnement et l'efficacité de l‘Ets et il est particulièrement difficile de se débarrasser d'un tabou « tenace ».

**Les mythes; الأساطير :** Soit d'un personnage mythique ayant particulièrement marqué la vie de l'entreprise (certains dirigeants par exemple), soit, d'un produit mythique (Chanel nº 5 par exemple) .

***Les symboles et les signes d’expression de la culture***

Chaque entreprise se repère par des signes distinctifs et des symboles.

Ils expriment les valeurs de l’entreprise et sont des signes chargés d’informations culturelles.

On peut les représenter de la façon suivante :

1. Le logo de l’entreprise (le lion de Peugeot : la force...).
2. Le style et la tenue vestimentaire (cravate ou Tee-shirt).
3. Les signes distinctifs de statut (parking personnel, voiture de fonction...).
4. Les récompenses.

***Le rôle de culture***

*L****a culture est un facteur de performance****:*

Selon des auteurs américains (T Peters et R Waterman) une culture forte génère obligatoirement la performance.

La culture permet de :

* Dynamiser l’Ets en rassemblant les énergies de ses membres autour de valeurs essentielles.
* Définir des axes stratégiques nécessaires à son développement.
* D’impliquer son personnel en l’associant à un projet

***La culture est un facteur de cohésion:*** Elle unit le personnel de l’Ets, car de plus en plus de sociétés explore leur passé et leur culture dans le but d’améliorer l’image de l’Ets et le sentiment d’appartenance au groupe.

***La culture est un facteur de rigidité***(résistance au changement) : Une culture forte est aussi un facteur de rigidité et peut donc rendre difficile les adaptations et limiter les opportunités de changement et d’innovation par volonté de conserver leur identité.

***Le projet d'entreprise***

***Le projet est un message***de l’Ets aux hommes qui la composent, destiné à *susciter leur adhésion* à 3 affirmations:

* 1. ce qu’est l’entreprise?
	2. ce qu’elle veut être?
	3. ce qui fonde ses choix et son fonctionnement?

*Il conditionne donc l’avenir de l’entreprise.*

**Ses composantes** :

La compétence professionnelle est constituée de trois dimensions ou de 3 savoirs :

* *Le savoir* : c’est l’ensemble des connaissances acquises durant votre parcours scolaire et lors de vos différentes expériences professionnelles
* Le savoir-faire,(expression du métier). sont les connaissances pratiques, la maîtrise que vous avez d’un poste, d’un marché ou d’un produit spécifique.
* Le savoir- être (vivre), (expression des comportements). Le savoir-être professionnel représente un ensemble de manières d’agir, de qualités personnelles, et de capacités relationnelles utiles pour interagir dans un contexte professionnel.
* Le savoir-dire, (formes de la communication). L’art de communiquer d’etre pertinent et convaincant.

Ex : Les sociétés Michelin et Apple, Microsoft.

Le succès de l'Ets dépend pour beaucoup de la capacité à soulever l'enthousiasme des employés et à susciter leur identification à l'entreprise.

C'est pourquoi le management doit développer un sentiment de communauté acceptée par tous dont l'objectif est d'améliorer finalement la productivité humaine.

Une culture forte, en améliorant des relations sociales, le climat général, la motivation au travail, permet l'obtention de performances supérieures durables pour l’Ets.