

## La dynamique du succès

par Hervé Mandeix

« **N**ous allons gagner et l'Occident industriel va perdre; vous n'y pouvez plus grand chose parce que c'est en vous-même que vous portez votre défaite. » Lorsque M. Matsuhita, président de Panasonic, prononçait ces mots en 1984, il était persuadé de la justesse de son jugement. Il disait vrai. Malheureusement, de trop nombreuses entreprises en France et dans les pays occidentaux ont perdu; d'autres sont prêtes à perdre. Dans nos activités encore plus qu'ailleurs, car notre produit n'a pas la valeur ajoutée suffisante pour entrer dans le troisième millénaire sans soucis. Bien sûr, avant d'avoir la maîtrise de l'art de la guerre économique, ces Asiatiques ont eu l'art de l'expression, et une telle phra-



se chez un industriel japonais est avant tout une arme psychologique. Bien sûr, il s'agit d'un secteur de pointe. Bien sûr, il s'agit d'un Japonais, quelqu'un qui n'y connaît pas grand chose dans nos problèmes de syndicats ou de taxes. Et pourtant dans le fond n'a-t-il pas un peu raison? Je crois personnellement qu'il exprime par ces mots deux forces de notre mon-

de: l'une la spirale de l'échec, l'autre la dynamique du succès. En ce qui concerne la première force, trop d'oiseaux de mauvais augure y consacrent leur temps et leurs analyses pour que je m'y emploie à mon tour. J'aimerais moi plutôt parler de la dynamique du succès.

Les différents articles que je pourrai écrire pour HebdoCuir new look tiendront tous compte de cette nouvelle force économique. A chaque fois que cela sera possible, j'essaierai de rechercher ce qui fait que « telle entreprise marche et l'autre pas, que telle est riche et bien portante, telle autre pauvre et malade », et pourquoi une telle a choisi les bons produits la bonne image alors que telle autre au contraire s'est trompée de marché.

Il y a deux ans, un ouvrage américain est devenu très rapidement un best seller mondial: « In search of Excellence ». Les Américains ont bien compris que l'excellence est une recherche une conquête (search), alors que la traduction du titre laisse sous entendre, une récompense, un point final...

Huit « secrets » pour réussir y sont exposés. Il est évident que ce livre est devenu depuis un classique, mais je ne le citais en exemple que pour en faire ressortir les points qui à mes yeux sont essentiels:

— les secrets de la réussite et du succès relèvent beaucoup plus du bon sens que de l'exploit technologique, beaucoup plus de l'ouverture d'esprit que de la richesse des capitaux, et encore plus de l'acceptation

des réalités quotidiennes que de la sophistication des méthodes de gestion.

S'il n'existe pas de potion magique pour réussir, il existe des façons différentes d'enclencher la dynamique du succès. Ces différentes voies sont liées à la personnalité de l'entreprise, à ses Hommes, ses produits, ses clients, sa communication.

Et s'il n'y a pas une recette, il y a de multiples solutions adaptées à chaque dirigeant.

Ne dit-on pas que notre faiblesse, en France, est de mieux savoir résoudre les problèmes que de les déceler.

Aussi, l'une des solutions n'est-elle pas d'aller chercher chez les autres les questions que l'on a eu le tort de ne pas se poser? ■