

Insuffler l'esprit Start-Up

🕒 Lire 14 minutes



AUTHENTICITÉ. PERSONNALITÉ. SOUPLESSE. PASSION.

Les start-up cumulent les bons points : elles stimulent l'innovation, repoussent les limites et renforcent le poids considérable qu'ont les entrepreneurs sur les marchés. Elles gèrent leurs entreprises avec dévotion et transparence, alimentant ainsi un type particulier de culture qui fait l'envie des grands groupes à la recherche de cette même énergie. Les start-up sont petites et dynamiques, et comptent bien le rester. Parce que, avouons-le, leur culture unique, contagieuse, leur permet d'être plus réactives.

Que se passe-t-il lorsque les grands groupes ont l'ambition d'insuffler énergie, authenticité et passion dans leurs environnements ? Comment les « intrapreneurs », les responsables d'équipe novateurs et créateurs d'espaces au sein des grandes entreprises, renouent avec cet esprit start-up ?

Est-il possible d'insuffler un esprit d'entreprise ou de reconquérir un sentiment de « culture start-up » quelle que soit la taille de la société ?

Pendant un an, Turnstone s'est interrogé sur ces notions d'entrepreneur et d'intrapreneur. Les résultats de notre exploration de la culture et de son lien organique avec l'espace de travail sont pour le moins édifiants quant au changement des comportements.

Voilà ce que nous apprennent les entrepreneurs qui cherchent à accélérer leurs résultats en tirant parti de leur culture et de l'espace, et les intrapreneurs qui cherchent à réinventer la culture de leur entreprise.

FAVORISER LES CULTURES « NON CORPORATE »

L'ambiance décontractée, « non corporate », ou ce qu'on appelle aussi la « culture start-up » est très prisée des grands groupes. Elle est synonyme d'appartenance à une équipe avec laquelle on aime travailler où la personnalité de chacun compte et où règne une plus grande liberté quant aux modes de travail. Bref un environnement flexible, authentique qui favorise l'engagement des employés, leur donne le sentiment d'être importants et d'appartenir à un groupe.

« Selon nous, l'espace est un outil pour développer la culture, engager le capital humain et, au fil du temps, améliorer une marque », explique Kelly Ennis, fondatrice et directrice de The Verve Partnership à Baltimore, un cabinet d'architecture spécialisé dans la création d'espaces au service d'opportunités stratégiques. En tant que designer, Kelly Ennis reconnaît que pour s'imprégner de la culture start-up, il faut manifester une certaine intentionnalité.

« Une marque ne se résume pas à un logo ou à la couleur d'un mur. Elle exprime qui vous êtes et peut-être plus encore : ce que les autres pensent de vous, précise-t-elle. Culture et identité sont intimement liées. La mission des architectes et des designers est de faire en sorte que l'espace de travail reflète les deux de façon équitable et authentique. »

Sam McBride, co-fondateur de RxBar à Chicago, souligne l'importance du rôle de l'espace, de la culture et de la marque dans la relation client et la croissance de l'entreprise.

« Nos barres protéinées ne contiennent que six à huit ingrédients, sains et de la meilleure qualité. Lorsque nous avons réfléchi à la conception de nos bureaux, nous avons voulu qu'ils reflètent notre produit. Nous avons donc créé un espace sain, moderne et simple, explique-t-il. Nos clients peuvent voir ainsi que pour nous, la qualité et la simplicité s'expriment non seulement dans nos produits mais aussi dans notre environnement quotidien. Ils sont authentiques parce que nous sommes ce que nous vendons. »

Une étude récente menée par Turnstone auprès de plus de 500 dirigeants de petites entreprises est venue confirmer l'existence de ce lien. Elle a révélé en effet que 80 % des personnes interrogées reconnaissent le rôle direct que joue l'espace dans la promotion d'une culture dynamique, tandis que 90 % déclarent que la culture est non seulement un atout majeur, mais un facteur important de la réussite de l'entreprise.

« Vous essayez de plaire en proposant autre chose que des tréteaux et une porte. De plaire à des personnes qui tiennent toujours à cette idée mais qui recherchent un certain sens de l'organisation, de l'ordre. Sans tomber dans les extrêmes, il ne faut pas non plus que ce soit le chaos. »

TOM POLUCCI, DIRECTEUR | architecture d'intérieur, HOK

Si au début, l'ambiance dans les petites entreprises est plutôt détendue, il est plus rare qu'elle perdure, notamment dès qu'elles passent la barre des 10 employés. Car les dirigeants commencent à s'interroger sur la mise en place de normes, de politiques et de procédures. Et certains trouvent que la croissance exponentielle de l'entreprise a fait perdre à la vie de bureau le côté insouciant des débuts.

Parallèlement, les intrapreneurs des grands groupes ressentent une pression similaire quoique légèrement différente puisqu'on attend d'eux plus de souplesse. Et bien qu'un environnement bien aménagé, des ressources suffisantes et des années d'expérience les séparent de certaines sociétés plus jeunes, les intrapreneurs affichent la même volonté de défier le statu quo.

Enrique Godreau III, vice-président senior du développement chez UPGlobal, une organisation à but non lucratif qui se consacre au renforcement des collectivités en stimulant le leadership local et l'entrepreneuriat, a passé plusieurs années à interagir avec les start-up et les penseurs innovateurs au sein de grands groupes. Il observe que de nombreuses entreprises financièrement performantes continuent de suivre le chemin qui les a menées au sommet, soit en mettant l'accent sur l'optimisation de leurs produits ou services. Les intrapreneurs, d'un autre côté, repoussent les limites et remettent tout en question.

TURNSTONE A RÉCEMMENT MENÉ UNE ENQUÊTE AUPRÈS DE 515 ENTREPRISES EMPLOYANT PLUS DE 100 PERSONNES.

90%

90 % considèrent la culture comme fondamentale pour la réussite de leur entreprise.

80%

80 % sont convaincus que leur environnement participe à la promotion d'une culture dynamique.

32%

32 % des jeunes de la génération Y souhaitent travailler dans des positions décontractées.

« Il est si facile de se dire que les choses sont ce qu'elles sont. Les intrapreneurs admettent que les entreprises prospères doivent être prêtes à remettre en question ce qu'elles font aujourd'hui – et pas seulement à optimiser ce qui a été fait par le passé, dit Enrique Godreau III. Avoir une vision de culture start-up n'a rien de rebelle, c'est révolutionnaire. Et chercher à l'atteindre n'autorise pas uniquement les collaborateurs à être révolutionnaires, authentiques et novateurs. Il en va aussi de leur responsabilité. »

Les intrapreneurs se rendent compte également qu'ils sont en concurrence avec les start-up pour attirer, fidéliser et motiver les talents. Qu'ils gèrent des équipes de développement produits, RH, informatique, marketing, ventes ou les cadres dirigeants eux-mêmes, les intrapreneurs savent que si leurs espaces ne reflètent pas des idéaux culturels, leur organisation se fera devancer par la concurrence.

UNE NOUVELLE FAÇON DE S'ASSEOIR

On reconnaît immédiatement les employés des start-up à leur position assise lorsqu'ils travaillent. L'étude menée par Turnstone a montré que l'une des composantes clés de la culture start-up est justement de donner aux collaborateurs la possibilité de s'asseoir où ils veulent et comme bon leur semble. C'est par là que passe la création d'un environnement de travail motivant. Des postures de travail alternatives pour insuffler un vent de liberté et stimuler une ambiance start-up dynamique. Selon la même étude, pas moins de 32 % des professionnels âgés de 18-34 ans préfèrent travailler assis sur des poufs, des tabourets ou autres options similaires pour plus de confort et de productivité.



« Donner aux collaborateurs cette liberté, c'est s'assurer de façonner une culture. Les plus jeunes comme les plus âgés sont en demande. Donner le choix, tout en gérant la qualité, mène vers le résultat escompté. »

RYAN WALSH | Directeur partenariats, MassChallenge

Brian Hoffman, responsable du développement commercial chez Startx, un accélérateur à but non lucratif basé au coeur de la Silicon Valley, a remarqué cette tendance dans sa propre entreprise. « Nous avons installé des bureaux à l'étage dans un espace spécialement conçu mais ils ont préféré des "postes" plus décontractés. »

Le rythme du travail de bureau aujourd'hui a également fait des tables hautes et des bureaux hauts des lieux prisés. Plutôt que de s'asseoir à des postes de travail pour répondre à leurs e-mails, les employés ont tendance à graviter autour des tables réglables ou des surfaces de travail hautes d'où ils peuvent aller et venir rapidement.

« Pourquoi attendre la prescription d'un médecin pour travailler en position debout ?, demande J. Kelly Hoey, business angel, intervenante et stratège en réseaux basée à New York. Si nous voulons obtenir le meilleur de nos collaborateurs, pourquoi ne pas créer un environnement de travail évolutif en fonction des modes de travail ? Chacun a une manière propre de travailler. Et selon les moments de la journée, les besoins changent pour rester le plus performant possible. »

L'ENVIE DE « FAIRE PAR SOI-MÊME »

Il existe un lien étroit entre l'esprit de conservation et l'envie de « faire par soi-même » de nombreux entrepreneurs et intrapreneurs. En intégrant des matériaux ou des objets uniques exprimant la personnalité et les goûts du fondateur, les entrepreneurs ont déclenché une course folle aux espaces les plus séduisants. Ils tirent parti des partages de photos sur les réseaux sociaux pour montrer ce qu'ils aiment et ce qui les inspire, puis cherchent sans relâche à créer un espace qui leur correspond.



Dana Verbosh, architecte d'intérieur pour le cabinet Gensler, a bien voulu partager avec nous l'histoire d'une jeune start-up technologique à Baltimore. D'abord basé dans un sous-sol, ce client a récemment acquis un espace dans un quartier montant de Baltimore où il va occuper le troisième étage d'un bâtiment des années 1900. Un ancien théâtre riche en détails architecturaux avec des plafonds de 7 mètres de haut.

« Ce groupe sait qu'un espace astucieusement pensé permet de renforcer la culture d'entreprise. Nous avons donc récupéré du bois dans les vieilles maisons de Baltimore pour créer un mur d'affichage unique et d'autres éléments de ce type. Notre travail consiste à raconter une histoire visuellement convaincante tout en veillant à ce que l'espace ait une durabilité commerciale. »

POUR COMMENCER

Quel sens revêtent ces tendances pour les entrepreneurs, les professionnels de l'immobilier, les créateurs d'espaces dans les grands groupes, les services généraux, les incubateurs d'entreprises et les penseurs novateurs ? Est-il vraiment possible d'insuffler – ou de reconquérir – un sentiment de « culture start-up » ?

Nous pensons que la réponse est : « Absolument ». Voici par quoi vous pouvez commencer :

CONSEIL #1 : FAITES DE VOTRE ESPACE LE REFLET DE VOTRE CULTURE

Repoussez les limites au niveau des matériaux et choisissez des finitions novatrices pour créer une ambiance énergique ou chaleureuse de qualité commerciale. Adopter l'esprit du « faire par soi-même » en ajoutant des éléments uniques qui expriment qui vous êtes et ce que vous aimez.

« Chacun essaie de s'exprimer. Pour se créer une identité. Pour définir une marque. À travers un espace et des collections d'objets. »

Tom Polucci, directeur, architecte d'intérieur, HOK

CONSEIL #2 : SUSCITER L'INNOVATION

Soutenez les intrapreneurs dans votre écosystème en leur donnant un espace dédié à la créativité débridée et une vraie liberté d'innover. Si possible, éloignez-les physiquement pour les aider à activer un nouveau sens de la culture start-up. Leurs compétences intrapreneuriales sont les vecteurs pour renforcer votre entreprise.

« Les intrapreneurs présentent leurs idées via des tableaux de conférence, des Post-it et des dessins. Vous avez besoin d'un espace pour ce type d'interaction. Pour qu'ils puissent partager leurs idées. »

Enrique Godreau III

Vice-président directeur, Développement, UPGlobal

Une organisation à but non lucratif qui se consacre au renforcement des collectivités en stimulant le leadership local et l'entrepreneuriat.

CONSEIL #3 : OPTER POUR L'AUTHENTICITÉ ET LA SOUPLESSE

Ajoutez des espaces lounge et des tables hautes pour plus d'ergonomie. Faites savoir que vous avez confiance en votre équipe, que vous respectez ses choix d'espaces et de positions de travail qui favorisent la productivité et la concentration. Créez d'autres espaces où règnent le calme, la collaboration et le plaisir de travailler.

« Les lieux les plus populaires sont les cafés, qui ressemblent davantage à des petits restaurants avec un espace lounge. En termes de conception d'idées et de collaboration, les espaces informels sont plus productifs. »

Benjamin Dyett
Co-fondateur, Grind

Un espace de coworking basé à New York et à Chicago dédié à la création d'expériences de travail « sans frictions ».