

59) Amour de l'autre pour faire des sous / faire des sous au dépens des autres

Un récent numéro d'Historia était consacré à l'aspect historique de la vie de Jésus, et précisait qu'à cette époque un des maîtres à penser du judaïsme disait que toute la Tora pouvait se résumer à cette phrase :

« **Ne fais pas à autrui ce que tu ne voudrais pas que l'on te fit** » et que tout le reste n'était que verbiage et déclinaison de cette pensée.

De même, toute notre culture judéo-chrétienne pourrait se résumer par la formule :

« Aimons nous les uns les autres ».

Aimer le client mais pas que le client consommateur ! Aimer son compagnon qui travaille dans l'atelier voisin. Que le commercial aime et respecte l'opérateur. Que les comptables aiment leurs clients internes, eux qui sont fournisseurs de tout le monde et client de personne, comme les cadres d'ailleurs !

À l'évidence, cette notion d'amour est l'essence même de notre **culture** judéo-chrétienne, et est une force culturelle considérable.

Le Professeur Shiba auquel nous expliquions notre système de management nous disait admiratif :

« Vous avez de la chance, vous les judéo-chrétiens, car chez nous au Japon, il n'y a pas de pronom personnel »!

En effet, pour reprendre une image classique de la jeune fille et du jeune homme assis sur une magnifique plage, à l'ombre des cocotiers face à la mer, le jeune homme dirait : « aime ! ». Et il faudra se remettre dans le contexte de la phrase pour comprendre si il aime la plage, le cocotier ou la jeune femme.

Toute la démarche Qualité peut se résumer en s'appuyant sur cette force culturelle.

La qualité ce n'est une histoire d'amour.

Amour du client pour nos produits.

Amour de l'opérateur pour les produits qu'il fabrique.

La productivité et la rentabilité sont étroitement liées à cet amour efficace.

Tous les systèmes basés sur les tensions et le stress donnent parfois des résultats à court terme mais ne sont jamais viables à long terme.

Nous ne croyons pas aux systèmes qui sous prétexte d'émulation dressent des équipes entre elles, car alors chacun pour se valoriser a intérêt à ce que les autres n'atteignent pas leur objectif, et de ce fait, il n'y a plus de solidarité globale. Que l'on cultive un effet de niche "**affectif**" par mini usine certes, mais il n'y a aucun objectif fixé aucun compteur spécifique par mini usine. Tous et chacun, nous avons tous le même objectif :

11/07/2005

"Toujours PLUS et MIEUX pour MOINS CHER, pour chacun de nos CLIENT, à HALLENCOURT, dans le respect de la terre de nos ENFANTS"

Pour la petite histoire il nous est arrivé il y a quelques années de faire en **un an** ce que nos clients estiment qu'ils auraient mis **quatre ans** à réaliser !

Pourquoi ?

Tout simplement parce que dans mon discours "tribal" de fin d'année j'avais dit :

"Ce que va faire Jérôme et la mini-usine SMAN relève de l'impossible !

Il n'y arrivera que si chacun d'entre nous l'aide au maximum pour relever ce défi !"

Et de fait dès la reprise chaque mini usine a mis à disposition ses meilleurs éléments, chaque leader venait régulièrement proposer à toutes heures du jour et de la nuit ses compétences à Jérôme, des opératrices et opérateurs venaient spontanément donner un coup de main à leurs compagnons, bref pendant 3 mois toute l'entreprise a fait de l'aventure de cette mini usine SON aventure !

J'ai alors réalisé que cette solidarité n'a été efficace que parce que spontanée, et spontanée que parce qu'il n'existe aucun indicateurs au niveau de chaque mini usine!

Il y a le bilan et compte d'exploitation mensuels de l'ensemble de la tribu et des données par pièces, et uniquement par pièces !