

# Tordre le cou au conformisme pour exister

Par Michel Hébert | 28/11/2014, 15:37 - 621 mots

Savoir s'adapter au nouveau monde, implique « destruction », c'est à dire oublier la manière habituelle de réfléchir et d'agir, les théories et conventions, pour inventer d'autres façons de réfléchir et d'agir pour faire face à de nouvelles situations. Changer n'est pas, semble-t-il, si facile, et d'une façon générale nous restons dans un douillet conformisme.

Soixante-dix pour cent des cadres des entreprises interrogés pensent qu'il est difficile de changer car les organisations sont trop policées, trop « conformistes ». « Qu'a t-on fait depuis 20 ans ? Rien...Nous sommes noyés dans le conformisme ». Nous continuons à suivre les mêmes méthodologies en s'imaginant que le monde est linéaire, et qu'il reviendra comme avant, alors qu'il est désormais dans la discontinuité totale. Un exemple : « *On dit que les prévisions sont fausses* » (Edgar Morin). Qu'a t'on fait pour les remplacer ? Rien. Et si les prévisions sont fausses, que valent alors nos business plan à 5 ans ? Rien ! Nous sommes noyés de façon consciente ou inconsciente dans le conformisme de la pensée.

## Un entêtement dangereux

Ceux qui refuseront de changer, à vouloir nager dans le conformisme seront engloutis ! Prenons quelques exemples d'entreprises quasiment sorties du marché pour des raisons liées au conformisme de leurs pensées: Kodak pour ne pas croire au numérique. Nokia englué dans sa suffisance de leader, se croyant au-dessus des autres n'a pas cru au smart phone. La banque Lehman Brothers et sa croyance irraisonnable dans l'innovation financière.... Ces quelques exemples pour démontrer simplement un « refus » de changer de chemin et de garder la même position, attitude, façon de réfléchir. Toutes les entreprises sont menacées par cet entêtement à ne pas changer de directions. Puis, on continue à appliquer ce que nous avons appris dans les écoles ,il y a 20 ans, 30 ans, 40 ans, à savoir les certitudes, une vision pour la vie, un dédain de la concurrence.

## L'art du bricolage

Les scientifiques « bricolent » (c'est eux qui le disent). « Ils ont la pensée buissonnière » (c'est eux qui le disent). Les scientifiques travaillent sur des sujets inconnus, et comme le bricoleur, ils expérimentent leurs idées « pour voir » et en tirent des retours d'expériences qui les aident à mieux connaître le problème posé devant eux. Qu'ont-ils fait à Fukushima devant cet accident impensable ? Du bricolage de la pensée car les théories, n'avaient pas prévu un accident de ce niveau. Il fallait donc expérimenter des solutions pour trouver la bonne, les inventer sur place pour mieux s'adapter ! Que font les entrepreneurs du digital ? Pas de Plan B , pas de prévisions, uniquement de l'expérimentation comme les scientifiques.

## Tordre le cou du conformisme

Le « bricolage » de la pensée, est une forme de gymnastique intellectuelle que l'on se doit de pratiquer. Le bricoleur ne sait rien du problème dont on va lui parler, il est dans la méconnaissance,

comme les entreprises ou les scientifiques, devant une situation nouvelle et brutale. Précisément, c'est parce que le bricoleur est dans la méconnaissance qu'il va entrer dans un « process » immédiat d'imagination. « *Quand on connaît tout, on invente rien, quand on ne connaît rien on invente tout* » estime Claude Allègre. Deux bricoleurs bricolant dans leur garage sur des outils informatiques, sont devenus des stars mondiales : Steve Jobs et Steve Wozniak.

« Tordre le cou au conformisme » c'est accepter de changer ses modes de pensées, d'imaginer d'autres façons de réfléchir, se dire que la stratégie, la vision deviennent adaptatives, pour s'adapter elle-même aux turbulences de marché. La stratégie, la vision, la marque sont conçues en fonction d'une situation de marché à l'instant T (telle est la base de nos réflexions habituelles). Mais que valent ces réflexions l'instant T +1? Nos pensées sur la marque, la stratégie, la vision, ne sont plus définitives

*\* Michel Hébert vient de publier « Le marketing de l'adaptation. Le bricolage de la pensée » aux éditions L'Harmattan.*