

COMMENT DÉFINIR SA RAISON D'ÊTRE ?

CE QUE CELA SIGNIFIE

La raison d'être, c'est la boussole stratégique d'une société à mission. Elle exprime la contribution de l'entreprise au bien commun, au-delà de la seule logique économique. **Elle doit être authentique, utile et mobilisatrice.**

LES BONNES QUESTIONS À SE POSER

- 🔍 Pourquoi mon entreprise existe-t-elle, au-delà de vendre un produit ou un service ?
- 🧩 À quels enjeux sociaux, sociétaux ou environnementaux contribue-t-elle déjà ?
- 💬 Qu'est-ce qui nous anime, nous différencie ?
- 👤 Quelle est notre utilité réelle pour nos clients, nos équipes, la société ?
- 📍 Qu'est-ce qu'on veut laisser comme trace dans 10 ans ?

MÉTHODE EN 3 ÉTAPES

Récolter les perceptions internes et externes

→ Questionnaires, discussions informelles, ateliers d'intelligence collective

Identifier les leviers d'impact de l'entreprise

→ Sur ses produits, ses pratiques, son territoire, ses parties prenantes

Formuler une phrase claire, compréhensible, mobilisante

→ Éviter le jargon, les effets de com' ou les mots creux

EXEMPLES DE BONNES FORMULATIONS

- "Concevoir des outils numériques sobres et inclusifs pour démocratiser l'accès au savoir."
- "Donner à chacun les moyens de mieux consommer, pour préserver les ressources de demain."
- "Réinventer la mobilité urbaine pour qu'elle soit accessible à tous, et neutre en carbone."



À ÉVITER

- ✗ Copier une raison d'être générique vue ailleurs
- ✗ Formuler une "vision" vague sans lien avec les actions réelles
- ✗ L'écrire à 2 sans impliquer les équipes



greenviz.fr
hello@greenviz.fr
06 27 75 88 44

