



FOCUS :

PAR PEGGY CARDIN-CHANGIZI

La Capitale n'est pas seulement synonyme de pollution et d'embouteillages. C'est une mégalopole certes mais qui dispose néanmoins de petits jardins secrets ouverts aux entreprises. Meet>In vous emmène en balade dans ces espaces bucoliques, parfois très privés.

➡ ADRESSES DE LA RÉDACTION page 96

Restaurant du musée des Arts Décoratifs, le Saut du Loup, d'une capacité de 150 couverts, s'ouvre sur les jardins du Carrousel, les Tuileries et la Tour Eiffel.



Paris se met au vert

C'est un fait, les Français sont adeptes des espaces verts. Selon une récente enquête sur les usages et attentes de nos concitoyens en matière d'espaces verts, on apprend que 7 personnes sur 10 choisissent leur lieu de vie en fonction de la présence d'espaces verts à proximité de leur habitation. Et plus de 50 % des interrogés réclament que soit instaurée l'obligation d'un pourcentage minimum d'espaces verts dans les projets immobiliers et commerciaux. Une préoccupation qui concerne également les entreprises. En effet, bon nombre d'entre elles préfèrent organiser un événement dans un espace vert et bénéficier ainsi de sa convivialité et de son dépaysement. Mais pas besoin d'aller en grande banlieue ou à la campagne pour dénicher quelques mètres carrés de



verdure. Dans certains quartiers de Paris et de sa proche banlieue, des lieux ouverts aux événements d'entreprises disposent d'espaces verts ou de jardins. Et s'ils n'existent pas, on peut même les créer : « *Il est possible d'amener de la nature dans n'importe quel endroit de Paris, en intérieur comme en extérieur, dans un petit espace comme dans un grand*, explique Olivier Bedouelle, gérant de Vertdéco et ancien président de l'UNEP (Union Nationale des Entrepreneurs du Paysage). *Surprenante et apaisante, la nature crée l'événement dans l'événement* ».

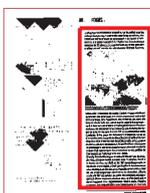
Ils sont assez rares, mais ils existent ! Quelques lieux parisiens disposent en effet de jardins. Au sein du groupe Sodexho Prestige, les entreprises peuvent opter pour

Organiser un événement
dans un espace vert permet
de bénéficier de sa convivialité
et de son dépaysement.



© Roland Garros
Ouvert toute l'année, le restaurant de Roland Garros est un club-house avec jardin et terrasse de 120 places.

La Maison des Arts et Métiers, située entre Étoile et Trocadéro. Cet hôtel particulier du XIX^e siècle offre 8 salons et un restaurant avec terrasse « Les Arts » qui ouvre sur un jardin pouvant accueillir jusqu'à 40 personnes. Après de prestigieuses collaborations aux cuisines du Ritz, du Plaza Athénée et du restaurant Alain Ducasse, le chef Julien de Vita est désormais aux commandes des Arts. Autre choix : La Maison des Polytechniciens, à proximité du Musée d'Orsay. Cet hôtel particulier du XVIII^e siècle dispose de nombreux espaces de réceptions. Les Salons Napoléon III, situés au rez-de-chaussée, donnent sur un jardin qui peut recevoir 400 invités en cocktail. Membre Or de la chaîne Hôtels & Préférence, l'Hôtel Ampère, 4-étoiles proche de l'Arc de Triomphe et des Champs-Élysées, **→suite**



→ allie charme et tradition hôtelière. Un lieu idéal pour les entreprises puisqu'il offre 96 chambres et suites, des salles de séminaires et un restaurant « Le Jardin d'Ampère ». Un havre de paix à la végétation luxuriante qui dispose de 35 places. Les passionnés de tennis peuvent profiter toute l'année du restaurant Roland Garros,



Véritable écrin de verdure niché dans le 17^e arrondissement, le Jardin d'Ampère, restaurant de l'hôtel Ampère, se prête à des dîners paisibles de 35 personnes.

situé dans l'enceinte du stade. Ce club-house moderne ouvre sur des jardins et une terrasse pouvant accueillir 120 convives. Dès l'automne, les verrières, les murs de briques et de bois clair, ainsi que la cheminée concourent à faire de cet endroit un refuge idéal pour Parisien désireux de retrouver une ambiance de campagne élégante tout en restant dans le 16^e arrondissement de la Capitale. Enfin, pour les amateurs d'espaces verts et d'art, le Saut du Loup est le lieu idéal. Accessible à la fois depuis le hall d'entrée des Arts Décoratifs et les jardins du Carrousel, ses espaces aux larges fenêtres classiques se prolongent par une vaste terrasse pouvant recevoir plus de 150 couverts et s'ouvrent ainsi sur les jardins du Carrousel, Les Tuileries et la tour Eiffel.

Entre le Bois de Boulogne et celui de Vincennes, les possibilités d'événements au vert sont multiples. Situé à la limite de Neuilly (92) et du 16^e arrondissement, le Domaine de la Vigne, hôtel particulier à l'architecture néo-classique, est un nouveau lieu d'événements autour du vin. Pour organiser séminaires de direction, dîners, cocktails VIP ou soirées de gala, les entreprises disposent de divers espaces, dont un chai, et d'un jardin d'un demi-hectare. Pour agrémenter l'événement, BubbliZ propose des dégustations de champagne en formule



→ succédé à un rythme de plus en plus soutenu, ont aujourd'hui tendance à se chevaucher et se combiner. D'où beaucoup d'incertitude à tous les niveaux de l'économie, des marchés financiers aux consommateurs en passant par l'entreprise... Mais cette ressource est aussi sa première richesse.

Notre bon chef d'entreprise a peut-être été tenté de se dire un jour que l'incertitude, en amenant un stress supplémentaire chez les collaborateurs, pourrait être une source de motivation. Une erreur grave pour les experts du conseil en management. S'il est clair que la peur de perdre son emploi peut, sous un certain angle, en motiver plus d'un à faire consciencieusement son travail, elle ne l'incite pas à l'initiative ou au dépassement de soi. La peur n'est plus un moteur pour l'entreprise qui, en général, attend un peu plus de ses collaborateurs que ce pour quoi ils ont été engagés. « *On voit encore beaucoup de managers motiver par la peur, ce qui est ridicule, rappelle Claire Davy, de CD Conseil, société de coaching et de conseil en management, certifiée CRCHEC. Diriger n'est pas terroriser. C'est avant tout piloter, guider, donner des objectifs réalisables, clairs et quantifiables.* »

Pour motiver leurs collaborateurs, les managers ont l'embarras quant au choix de la théorie à suivre : de la hiérarchie des besoins de Maslow, à celle de l'hygiène

« Le management par l'objectif est un puissant facteur de cohésion interne, à condition que celui-ci soit clair, précis et atteignable. »

de vie d'Herzberg, en passant par celle de l'accomplissement personnel de McLelland ou la dualité récompense-punition de Skinner... Et la remarque vaut aussi pour les outils (récompense individuelle ou collective, prime ou cadeau, challenge ou pas...). Une problématique à (bonnes) réponses multiples et/ou variables en fonction de l'époque, du contexte, du public et de sa culture. Dans ce dédale, Claire Davy privilégie la piste de Maslow et sa théorie de la hiérarchie des besoins – physiologiques, de sécurité, d'appartenance, d'estime et d'accomplissement personnel – dont la satisfaction générerait la motivation : « *Suivant le type de personne et d'entreprise, on va agir*

→suite



Le coffret-cadeau présente l'avantage de la flexibilité : il permet aux personnes récompensées de choisir elles-mêmes leur cadeau.

→ différemment sur ces cinq catégories. Pour certaines populations, c'est la compensation d'un besoin physiologique par le biais d'une augmentation, d'une amélioration des conditions de travail, par la possibilité d'accéder à divers loisirs qui primera. Pour d'autres, il s'agira de la reconnaissance de l'appartenance à un groupe par une opération de team building, ou d'un témoignage d'estime par la remise d'une récompense... » Et de préciser qu'en termes de méthodologie de motivation, « le management par l'objectif est un puissant facteur de cohésion interne, à condition que celui-ci soit clair, précis et atteignable. »

Plus qu'une technique, la motivation est, à l'instar du développement durable, une philosophie que l'entreprise se doit d'intégrer à tous les étages.

Côté récompenses, le débat reste ouvert entre les partisans du cadeau imposé pour un individu ou pour un groupe et ceux du libre choix. Ce dernier paraissant toutefois plus en vogue. « De la même manière qu'il n'existe pas une manière de motiver, il n'existe pas qu'un type de récompense, rappelle Yolande Large, fondatrice de la Compagnie des cadeaux, pour argumenter la création des Coffrets Liberty, une plate-forme d'achats sur le web permettant au bénéficiaire de choisir lui-même son cadeau. *Indépendamment du libre choix, le concept permet aussi aux managers de répondre rapidement et simplement à leur problématique de motivation* ». En ce qui concerne la récompense pécuniaire, quelques règles doivent être gardées à l'esprit, dont certaines, bien que paraissant évidentes, ne sont pas toujours assimilées. C'est le cas du distinguo entre le salaire et la prime. Le premier est, et doit rester, considéré comme la contrepartie d'un travail, de même que l'augmentation de salaire. Seule la prime peut donc être prise comme une récompense. Si tant est qu'elle reste perçue comme exceptionnelle. En devenant régulière, elle est assimilée par son bénéficiaire à un dû, un salaire. Mais il serait très réducteur de résumer la motivation au seul octroi d'une récompense. Plus qu'une technique, la motivation est, à l'instar du développement durable, une philosophie que l'entreprise se doit d'intégrer à tous les étages. C'est d'ailleurs ce qu'a bien compris



McDonald's. Confrontée à un problème de fort turnover de ses collaborateurs, l'enseigne a complètement revu son approche et sa stratégie de ressources humaines. « *Au-delà de l'évolution de notre stratégie de recrutement qui nous permet de mieux anticiper les potentiels et la motivation de nos collaborateurs, nous avons développé une politique de formation, explique Grégoire Champetier, vice-président Marketing et Communication de McDonald's France. Au métier de départ, nous ajoutons un programme de formations évolutives et généralistes (sur la relation client par exemple) pour accompagner le salarié dans l'entreprise* ». L'enseigne organise aussi des Universités du management pour ses cadres dirigeants ou, dans un autre registre, Voice of McDonald's, un concours ouvert aux équipiers de l'entreprise dans les domaines du chant, de la danse et du dessin qui lui permet de valoriser ses collaborateurs par un autre biais que celui du travail. Depuis quelques mois, elle utilise la télévision pour faire connaître sa politique RH, dans le cadre de publicités.

Pour les professionnels, valoriser le collaborateur est au cœur de la problématique de motivation. « *La mise en avant des collaborateurs dans le projet de quelque manière que ce soit est essentielle, confirme David Sibony, cofondateur d'Instant de Bonheur. Tourner un film d'entreprise, comme nous l'avons fait pour ID TGV, permet par exemple de montrer toutes les personnes qui y travaillent sans pour autant leur demander de se donner en spectacle. En inscrivant au casting ceux qui installent des palettes à 4 heures du matin, l'entreprise montre qu'elle est fière d'eux, qu'elle reconnaît leur rôle, leur importance dans le projet. Dans un autre registre, organiser un concours de talents dans l'entreprise n'est finalement rien d'autre que montrer aux collaborateurs qu'ils ne sont pas seulement considérés pour ce qu'ils font, mais aussi pour ce qu'ils sont.* »

« *Une des principales difficultés est de surmonter une idée reçue, tant chez l'employé que chez certains employeurs, que ce n'est pas par le travail que l'on peut s'accomplir* », conclut Claire Davy. Elle est rejointe par David Sibony qui rappelle pour ceux qui l'auraient oublié que la motivation résulte de « *tout ce que l'entreprise met en place pour donner envie à ses collaborateurs de se lever le matin, d'être à 100 % de leurs possibilités, d'en faire des passionnés.* » ■