



## >>> LE BLOC-NOTES DE PHILIPPE BLOCH\*

\* Chroniqueur dans « L'Entreprise » et animateur sur BFM.

# Écouter les sondages... ou les électeurs ?

**“C**ela fait des années que nous expliquons à nos clients

*qu'une bonne stratégie consiste à observer ses concurrents et à aller plus loin qu'eux. Je suis aujourd'hui convaincu que c'est suicidaire, m'avait un jour confié le dirigeant japonais d'une importante société de conseil, car si vos concurrents vont dans la mauvaise direction, vous y allez un peu plus loin qu'eux !* » Autrement dit, seule compte pour

L'Europe, l'identité nationale, l'insécurité, la croissance, le pouvoir d'achat, les institutions, l'environnement, l'immigration, etc. À chaque semaine son sujet vedette, l'essentiel étant à chaque fois d'aller plus loin que ses concurrents et d'emporter la palme de celui qui a le plus marqué les esprits...

**Et si l'actualité et les sondages nous entraînaient, eux aussi, dans la mauvaise direction ?** Et si, à force de

*“Rien n'est plus important que la vision d'un leader qui réussit la synthèse de ses convictions et des attentes de son marché.”*

se différencier l'écoute obsessionnelle de ses clients et la capacité à les enthousiasmer par une offre excédant leurs attentes.

**Au moment où la bataille électorale fait rage dans notre pays,** on peut légitimement s'interroger sur la stratégie des candidats qui font la course en tête. Pas un jour en effet sans que l'actualité, ou un énième sondage, ne vienne imposer un nouveau thème de campagne et déclencher une surenchère de positions et de propositions.

les détourner des vraies priorités de notre pays, ils empêchaient les candidats d'écouter leurs « clients/électeurs » et de concevoir à leur attention une offre claire, courageuse et facile à comprendre ? Certes, la politique n'est pas le business. Le temps n'y est pas le même que dans le monde des affaires. Mais pour un pays comme pour une entreprise, rien n'est plus important que la vision d'un leader qui réussit la synthèse de ses convictions et des attentes de son marché. ●