



## Perspective



par

**Philippe  
Bloch**

Auteur - conférencier, animateur et entrepreneur (auteur de « Tout va mal Je vais bien ! » [Ventana Editions], animateur sur BFM Business et Fondateur de Columbus Café)

[www.philippebloch.com](http://www.philippebloch.com)

## On a toujours fait comme ça !

« On a toujours fait comme ça ! » Entendue chaque jour dans des milliers d'entreprises à chaque fois qu'une idée nouvelle ou une approche disruptive, cette habitude doit être combattue sans relâche. Croire que le simple fait que cela a marché jusqu'à présent nous dispense d'explorer de nouvelles voies est en effet devenu tout simplement suicidaire. À une époque où une bonne idée peut changer le monde et convertir la planète à son usage en quelques semaines, comment croire que nos vieilles routines rouillées puissent avoir le moindre avenir, au seul prétexte qu'elles ont bien fonctionné jusqu'à présent ?

« La façon de faire notre métier a plus changé au cours des trois dernières années qu'au cours des trois dernières de-

cernées », affirmait récemment Jean-Paul Agon, président de L'Oréal. « Ce qui représentait 5% de notre chiffre d'affaires en mai 2014 pesera bientôt près de 50% », déclarait-il y a deux ans Alain Benichou, président d'IBM France, qui mise aujourd'hui sur le Cloud, le Big Data, les réseaux sociaux et la mobilité pour rester dans la course. « Nous nous voyons désormais comme un Oracle ou un Microsoft », n'hésite plus à dire Jeff Immelt, président de GE, une vieille dame de 140 ans qui ambitionne de devenir une « Premium Digital Industrial Company ». « Notre principal concurrent, c'est Google », explique quant à lui Guillaume Pepy, président de la SNCF. « Notre métier n'est plus de transporter les Français de gare en gare, mais de point en point et de gérer leur mobilité. Cela passe par le numérique, les données, les applications, les smartphones et les réseaux sociaux ».

« Ma qualité principale est d'avoir toujours pratiqué l'insatisfaction active et d'avoir toujours su me remettre en cause », aimait répéter Bernard Darty, fondateur de la chaîne éponyme. Le changement de monde que nous sommes en train de vivre oblige chacun de nous à accepter l'idée que rien ne sera plus jamais comme avant. Plutôt que de regretter une époque révolue, arrêtons de pleurer ce que nous risquons de perdre, et concentrons-nous sur ce que nous pourrions gagner dans la transition en cours. Alors, et alors seulement, deviendrons-nous capables d'abandonner notre routine pour mieux embrasser la renaissance qui se prépare.