

VOYAGE AU PAYS DES ENTREPRISES À MISSION



Prophil
Beyond Philanthropy

EN COLLABORATION
AVEC

 **FONDATION
DES POSSIBLES**
FONDATION D'ENTREPRISES



entreprisesetcités

KPMG

LES QUESTIONS À SE POSER POUR BIEN FORMALISER SA MISSION

A PURPOSE **FROM...**
Quelles sont les valeurs qui sous-tendent le projet d'entreprise et auxquelles je suis attaché-e?

A PURPOSE **TO...**
Quelles sont les ambitions de mon entreprise en matière de contribution sociétale?

A PURPOSE **FOR...**
Qui sont les bénéficiaires de la mission et de l'activité de mon entreprise?

A PURPOSE **WITH...**
Quels sont les partenaires idéaux pour réaliser la mission?

« CELUI QUI AIME LA PRATIQUE SANS LA THÉORIE EST COMME LE MARIN QUI MONTE EN BATEAU SANS GOUVERNAIL NI BOUSSOLE ET NE SAIT JAMAIS OÙ IL ACCOSTERA. »

LEONARD DE VINCI

ITINÉRAIRE DÉCRYPTÉ

PAR OÙ COMMENCER POUR DÉFINIR SA MISSION, QUI EMBARQUER, QUELLES ÉTAPES ?

Voici les questions* auxquelles les entreprises à mission devraient pouvoir répondre :

- ↓
- ÉTAPE 1**

FORMULATION D'UNE MISSION
→ La mission de l'organisation est-elle claire, convaincante et visible pour les clients et les employés? La comprennent-ils suffisamment pour la décrire sans confusion avec l'activité de l'entreprise?
 - ÉTAPE 2**

INCARNATION SINCÈRE DE LA MISSION
→ La mission reflète-t-elle les racines, l'histoire et l'ADN de l'entreprise? Est-ce que les fondateurs et/ou dirigeants y croient et l'incarnent? Ont-ils le sentiment de prendre part à un mouvement collectif pour le bien commun?
 - ÉTAPE 3**

CAPACITÉ DE MOBILISATION DE LA MISSION
→ La mission de l'organisation est-elle inspirante et différenciante? Reflète-t-elle un besoin réel dans la société? Est-ce un « call-to-action »? Sera-t-elle toujours aussi pertinente dans le futur? Rend-elle l'entreprise résiliente dans le monde de demain?
 - ÉTAPE 4**

COHÉRENCE DE LA MISSION
→ Les décisions de l'entreprise sont-elles cohérentes avec la mission qu'elle revendique? Les dirigeants refuseraient-ils ou se désengageraient-ils d'une activité commerciale rentable si elle n'était pas cohérente avec la mission?
 - ÉTAPE 5**

LE POUVOIR D'INFLUENCE
→ La mission est-elle un facteur de recrutement des collaborateurs, des clients, voire des investisseurs? Constitue-t-elle un affectio societatis? Les employés et les clients recommanderaient-ils l'entreprise à d'autres en raison de sa mission?

* traduites et librement adaptées du Litmus Test développé par les équipes de BrightHouse et du BSG USA.