

## LE PARLER VRAI DANS LA RELATION COMMERCIALE

*Atelier n° 1 animé par  
MM. Thierry Montfort et Lionel Pradines*

### *Trois questions*

- Peut-on tout dire ?
- Comment concilier la sincérité vis-à-vis du client et la loyauté par rapport à l'entreprise ?

### *Trois convictions*

- Dans toute relation commerciale, c'est d'abord l'homme qui vend et c'est un vrai métier (qualité de la communication et pertinence des solutions).
- C'est une relation belle et utile à l'entreprise.
- Il y a un partage des enjeux, non seulement dans l'entreprise, mais aussi entre le client et le vendeur.

### *Trois préconisations*

- Le périmètre de la négociation doit être clair, bien cadré.
- Il faut maintenir une cohérence sur la durée.
- L'entreprise a le devoir de soutenir le commercial.

## LE PARLER VRAI DANS LA GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

*Atelier n° 2 animé par  
M. Christophe Valpré et P. Yannik Bonnet*

### *Trois questions*

- Parler vrai ou parler juste pour se dire quoi ?
- Quel est le rôle du temps dans la fonction de recrutement ?
- Quel type de relations entretenir avec les partenaires sociaux ?

### *Trois convictions*

- Recruter suppose de savoir discerner et accompagner.
- Regarder la personne avec amour signifie l'écouter, la comprendre et gérer ses éventuelles peurs.
- Avec les partenaires sociaux, les relations peuvent être l'occasion d'apprendre.

### *Trois préconisations*

- Ne pas forcément tout dire.
- Écouter la vérité de l'autre.
- Faire preuve d'autorité pour porter l'entreprise, son projet, ses règles.

## LE PARLER VRAI ET GOUVERNANCE D'ENTREPRISE

*Atelier n° 3 animé par  
MM. Marc Grivel et Jean-Philippe Marandet*

### *Trois questions*

- Quelle est la réalité du parler vrai à l'intérieur des instances de gouvernance d'entreprise ?
- Le parler vrai est-il un vrai besoin ? Quels sont les risques et les bénéfices au sein du management ?
- Pourquoi parler vrai ? Le bon exercice du pouvoir amène-t-il à éviter les luttes de pouvoir ?

### *Trois convictions*

- Le parler vrai est nécessaire pour rassembler des individualités et construire une équipe.
- Travailler ensemble en vue d'une œuvre collective suppose de parler vrai.
- Dans l'exercice des responsabilités, le parler vrai est indispensable.

### *Trois préconisations*

- User de transparence et de pédagogie : écoute authentique, choix des mots. C'est un effort de communication qui doit concerner tous les acteurs de l'entreprise.
- Accepter et maîtriser les conséquences du parler vrai : remise en cause, conflit, partage de pouvoir etc. Ne plus s'abriter et ne plus être protégé...
- Savoir se taire et être capable d'entendre vrai.

## PARLER VRAI EN RECHERCHE D'EMPLOI

*Atelier n° 4 animé par  
Melle Marguerite Chevreul*

### *Trois questions*

- Aujourd'hui, le recrutement n'est-t-il pas basé, de part et d'autre, sur le bluff plutôt que sur la vérité ?
- Lorsque l'on recherche un emploi, peut-on dire la vérité ou doit-on la travestir pour correspondre aux attentes de l'entreprise ?
- Parler vrai signifie-t-il tout dire de soi au recruteur ?

### *Trois convictions*

- Un recrutement réussi ne peut être basé que sur une confiance réciproque du candidat et de l'entreprise.
- La personne en recherche d'emploi rassure le recruteur quand elle parle vrai d'elle-même, sans occulter ses réussites et ses échecs.
- La vérité n'implique pas pour le candidat de tout dire.

**Trois préconisations**

- Afin de mieux présenter ses atouts et apprécier les risques, il ne faut pas hésiter à poser au recruteur les questions permettant de clarifier les enjeux du poste.
- Après avoir analysé ses réalisations, parler de son parcours et de ses motivations avec sincérité et prudence.
- Être vrai dans sa relation avec le recruteur et l'entreprise pour instaurer la confiance nécessaire à la collaboration future.

**PARLER VRAI FACE AUX MÉDIAS**

*Atelier n° 5 animé par  
M. Christian Hedou*

**Trois questions**

- Qui sont les journalistes, de quels horizons viennent-ils et quelles informations veulent-ils faire passer ?
- Peut-on parler vrai à un journaliste sans être piégé ?
- Dans l'urgence, n'existe-t-il pas un risque de privilégier telle information plutôt que telle autre ?

**Trois convictions**

- Le temps manque pour vérifier la véracité des informations qui arrivent en masse et à toute vitesse (accélération de tout le processus médiatique).
- Avec la presse écrite, il y a une capacité d'analyse.
- Le sujet économique est inévitable aujourd'hui. Mais l'entreprise ne sait pas toujours communiquer avec les médias (que dire et comment le dire ?).

**Trois préconisations**

- Savoir parfois se taire pour une information responsable.
- Attendre le bon moment pour communiquer.
- Établir des relations de confiance avec les journalistes qui, de leur côté, doivent respecter scrupuleusement les interviews.

**LE PARLER VRAI A L'INTERNATIONAL**

*Atelier n° 6 animé par  
M. Charles Ab-der-Halden et Mme Pascale Berthier*

**Trois questions**

- Parler vrai est-ce un questionnement typiquement français ?
- Existe-t-il plusieurs parlurs vrais ? La notion est-elle différente suivant les pays ?
- Pour quelle finalité parler vrai à l'international ?

**Trois convictions**

- Les centres de décision et de production se sont déplacés de l'Occident vers l'Orient : les vieux schémas historiques ne fonctionnant plus, il est impératif d'inventer de nouveaux modèles.

- Parler vrai à propos de l'international suppose d'en avoir une bonne connaissance qui passe nécessairement par les séjours à l'étranger.
- L'international permet des changements, des remises en cause : il peut être perçu alors comme une opportunité ou une menace.

#### **Trois préconisations**

- « Écouter vrai » avant de « parler vrai ».
- Se mettre en posture d'humilité : « je sais que je ne sais pas ».
- Dans un esprit d'échange basé sur la confiance, décrire son propre système de valeurs et respecter les systèmes de valeurs des autres nations.

### **LE PARLER VRAI ET LA COMMUNICATION FINANCIÈRE OU ÉCONOMIQUE**

*Atelier n°9 animé par  
Laurence Loubières*

#### **Trois questions**

- Peut-on parler d'objectivité de la communication financière d'une entreprise alors que le sujet est éminemment stratégique ? En choisissant les sujets et la façon de communiquer, l'entreprise sert son intérêt : mais est-ce le reflet fidèle de la réalité ?
- L'entreprise se doit de rassurer en permanence l'environnement extérieur sur ses bénéfices à court terme, au point de se conformer délibérément au « consensus » des analystes. Cela ne finit-il pas par la dissuader de parler « en vérité » d'éléments pourtant essentiels (la maîtrise de son métier, sa stratégie de développement à long terme, les risques et les obstacles rencontrés, le climat social de l'entreprise etc.) ?
- La recherche de la transparence totale n'est-elle pas un mirage ?

#### **Trois convictions**

- « Trop d'informations tue l'information » : la multiplicité des critères de rentabilité et les ratios financiers, dont les composantes peuvent être déclinées à l'infini, ne facilitent pas forcément un travail d'analyse sur la santé réelle de l'entreprise (investit-elle, recrute-t-elle, dispose-t-elle d'une stratégie à long terme ?).
- L'information financière ne remplace pas le sentiment de confiance que peut inspirer un chef d'entreprise qui « fait ce qu'il dit et dit ce qu'il fait ».
- Parler vrai ne signifie pas « tout dire ».

#### **Trois préconisations**

- Savoir que la recherche de la transparence totale par le biais de la normalisation ne crée pas forcément la confiance.
- Pour créer une relation de confiance avec les investisseurs, les dirigeants de l'entreprise doivent s'impliquer personnellement dans la communication financière sans hésiter à expliquer les risques, les erreurs, les échecs tout autant que les succès qu'ils rencontrent.



- Pour être crédible, la communication financière d'une entreprise doit être cohérente avec son comportement et avec les autres informations circulant à son sujet dans les médias...

*Restitution textuelle Marie-Béatrice Sioufi-Hansen*