

Le confort pour tous

Questions-réponses

🕒 Lire 7 minutes

Lorsque Mitchell Gold et Bob Williams, cofondateurs de l'entreprise de design et de fabrication de mobilier du même nom, basée en Caroline du Nord, déclarent rechercher le confort pour tous (« Comfort for All »), ils n'ont pas seulement en tête de créer un beau canapé. Le confort s'étend à leurs collaborateurs, leurs familles et leur communauté. Animés par une éthique forte, ils ont réussi à transformer leur start-up de 23 employés créée en 1989 en une famille de plus de 900 personnes aujourd'hui. Preuve que leurs valeurs sont bonnes pour leur activité.

360 : Comment la motivation se traduit-elle dans votre entreprise?

Mitchell Gold: Bob et moi souhaitons que tous, dans cette entreprise, sachent que l'égalité des chances existe et qu'il n'y a pas de place pour la discrimination. Nous sommes une entreprise familiale dans le sens où nous prenons soin les uns des autres. Il y a plus de vingt ans, nous avons demandé à notre nouveau responsable des ressources humaines d'être le défenseur de nos salariés, et non une personne à craindre. Son équipe doit inspirer la confiance et le dialogue. Ce sont des aspects très importants de l'entreprise.

360: Lorsque vous avez démarré, vous avez envisagé d'installer vos bureaux dans un autre bâtiment. Pourquoi avez-vous finalement décidé de les garder au sein de l'usine?

Bob Williams: Nous voulions que nos services (financiers, développement de produits ou marketing) travaillent ensemble, communiquent. Et ça a marché. La cafétéria est devenue un lieu d'échanges. Je pense qu'en vingt ans, nous avons dû organiser un déjeuner de travail dans une salle de réunion trois fois seulement. Lorsque nous recevons des visiteurs ou tenons les réunions du conseil d'administration, c'est à la cafétéria que ça se passe, parce que nous avons cette volonté d'être ensemble.

360: Au fil de la croissance de votre entreprise, vous avez investi dans vos collaborateurs en leur offrant une clinique et une salle de sport sur site et des bourses d'études pour leurs enfants. Est-ce que ces avantages vous aident à atteindre vos objectifs opérationnels?

MG: Nous respectons nos employés et, en retour, ils nous respectent. Nous avons un taux très faible de renouvellement du personnel. Notre devise est : « Toujours de bonne qualité, toujours dans les délais ». Et le seul moyen d'y parvenir, c'est grâce à des employés qui connaissent leur travail et qui restent. Si votre taux de renouvellement est trop élevé, vous passez votre temps à former de nouveaux collaborateurs. Grâce à une main-d'oeuvre stable, nous sommes en mesure de rationaliser le travail.

BW: Nous ne considérons pas le coût de ces investissements comme des dépenses, mais comme des actifs en raison de ce qu'ils ajoutent à la rentabilité en termes de productivité.

« Nous sommes une entreprise familiale dans le sens où nous prenons soin les uns des autres. »

360: Vous avez aussi une garderie. Pourquoi avez-vous décidé d'en créer une?

MG: Un après-midi, lors d'une réunion commencée à 16h00, j'ai remarqué qu'au beau milieu de celle-ci, ma collaboratrice semblait distraite. Je lui ai demandé ce qui se passait et elle m'a dit que si elle arrivait après 17h30 à la garderie où était son fils, elle était facturée à la minute. Je me suis dit, à ce moment-là, qu'on avait besoin d'une garderie ici, pour que même en fin de journée, nos employés restent concentrés sur leur travail. Les avocats, les comptables et les assureurs avaient toutes les raisons de nous en empêcher. C'est l'une des meilleures choses que nous ayons faites dans notre carrière. C'est bon pour l'entreprise.

BW: La garderie séduit même les personnes sans enfants. Certains candidats nous ont avoué : « Je me suis dit que si vous aviez une garderie, votre entreprise devait être un bon endroit où travailler. C'est pourquoi je voulais venir ici. ».

360: Vous êtes deux fervents défenseurs de la communauté LGBTQ et avez reçu des récompenses pour vos campagnes de marketing audacieuses mettant en avant la diversité. Quel impact a eu cette culture inclusive sur votre entreprise?

MG: Nous recevons des commentaires incroyablement positifs et je crois que notre prise de position et notre philanthropie améliorent notre activité. Nos clients souhaitent acheter auprès d'une entreprise comme la nôtre. La banque à laquelle nous empruntons de l'argent, nos investisseurs, nos partenaires commerciaux veulent tous contribuer à faire le bien. En outre, ils constatent que notre démarche a favorisé notre rentabilité. Finalement, ce que nous voulons, c'est être des modèles pour les jeunes les plus vulnérables.

360: Constatez-vous que la culture ouverte et inclusive que vous encouragez au sein de votre espace de travail incite votre personnel à apporter des idées et à prendre des risques?

MG: Nous pensons qu'il est vraiment important que les individus n'aient pas peur de l'échec. Le travail est une activité sociale qui nécessite de la confiance. Nous faisons savoir à nos collaborateurs que leur voix et leurs idées comptent et qu'ils ne doivent pas avoir peur de s'exprimer. Nous les poussons dans ce sens et je pense que c'est une bonne chose. Sans une culture qui suscite la confiance et une diversité d'idées, les individus n'osent pas essayer, de peur d'échouer. Or nous croyons que nous récoltons le succès en apprenant de nos échecs.

360: Vous vous êtes engagés à utiliser des matériaux durables dès le début de votre activité. Pourquoi était-ce si important?

MG: Un mois après le lancement de l'entreprise, j'ai lu un article sur l'appauvrissement de la couche d'ozone et sur le fait que l'industrie du meuble en Caroline du Nord faisait partie des grands responsables. Je me souviens d'avoir appelé Bob en disant : « Nous entrons dans un secteur qui nuit à l'environnement! ». Cela nous a amenés à réfléchir sur ce que nous pouvions faire et nous avons testé de nouveaux types de mousse, repensé l'emballage et commencé à nous approvisionner en bois de forêts à repousse rapide. Nous voulions faire partie de la solution.

360: Vous avez dit que vous ne mettriez rien dans votre bureau que vous ne mettriez dans votre maison. Pourquoi le confort est-il un facteur si important dans la conception des espaces de travail?

MG: L'une de nos devises est la suivante : « Si une maison a été meublée avec succès, vous avez l'impression qu'elle vous prend dans ses bras dès que vous en franchissez le seuil. ». Nous pensons que c'est exactement ce que recherchent de nombreuses entreprises.