

(SUITE DE LA PAGE 4)

Tout changement demande du temps, des ressources et de l'énergie personnelle. Plus le changement est complexe, plus il exigera de temps, de ressources et d'énergie personnelle pour être introduit. De plus, cela n'est pas une relation en ligne droite; elle est géométrique et explose littéralement; la complexité du changement augmente d'autant les défis et les difficultés.

Il faut également que, une fois un changement effectué, tout revienne à zéro, tel qu'on le voit sur le diagramme.

Enfin, pour changer les façons de faire les choses, nous devons changer notre manière de penser. Stephen Covey dit : «Si nous voulons changer une situation, nous devons d'abord nous changer nous-même. De fait, nous devons d'abord changer nos perceptions.» Et quand le changement concerne d'autres personnes, comme c'est le cas

dans l'entreprise, nous devons d'abord les amener premièrement à notre niveau de pensée avant d'être aptes à travailler ensemble au succès de l'introduction du changement.

La mondialisation des marchés et de l'évolution des entreprises, ainsi que l'observe I Crivé Sérieyx, auteur du *Bigbang des entreprises* : «oppose le rythme effréné du changement à la lenteur d'adaptation des entreprises. Cette contradiction nous offre une occasion incroyable d'exercer notre pouvoir créateur». À cela le président de Téléglobe Canada, M. Charles Sirois, lors du congrès international sur la dynamique de gestion en septembre 1995, répond par : «Place à l'ère de la créativité». ●

Sylvie Labelle, MBA
Présidente
CFI Syllab Inc.

¹ Éditions Nouvelles, 1996.

NOUVEAUX MEMBRES

Marc Bélanger
UQAM 1996

Jacynthe Bergeron
Sherbrooke 1998

Marc Blais
Sherbrooke 1988

Gilles Lauzière
HEC - Montréal 1989

Martin Lavallée
CESMA-ESC Lyon 1993