

À propos de BDC

[Aperçu](#)

[Régie d'entreprise](#)

[Budget Fédéral 2009](#)

[Recherche PME](#)

[Questions fréquentes](#)

[Centre des médias](#)

[Relations avec les investisseurs](#)

[Ombudsman](#)

Publications

[Bulletin électronique eProfit\\$](#)

[Journal Profit\\$](#)

[Désabonnement](#)

[Abonnement](#)

[Rapport annuel](#)

Événements

Article principal: Un temps où il faut mettre la barre plus haut - Durant une récession, il est capital pour les entrepreneurs de faire preuve de leadership

Robert Rudy n'a jamais la tâche facile, même quand l'économie se porte bien.

L'entreprise qu'il dirige, Accessoires d'ameublement Aérés AHF, fabrique et vend des oreillers, des couettes et d'autres articles de literie. Or, la clientèle de détail considère souvent ces articles comme des produits de base, ce qui la rend particulièrement sensible aux prix quand l'économie ralentit. Alors que le Canada traverse une période de marasme, il est plus essentiel que jamais pour cet important manufacturier et distributeur de faire preuve d'un leadership solide. Pour les experts, le leadership exercé par les entrepreneurs — qui compte toujours pour beaucoup dans le succès d'une entreprise — devient encore plus crucial quand les temps sont durs.

« Ma principale priorité est d'obtenir le concours actif des employés, indique M. Rudy. Ceux-ci savent que notre industrie éprouve quelques difficultés et que les clients sont de plus en plus exigeants. Nous avons donc choisi de jouer la carte de la franchise avec eux. »

Accessoires d'ameublement Aérés AHF est mieux préparée que bien d'autres entreprises à faire face au ralentissement. Elle existe depuis plus de 30 ans et a survécu aux récessions survenues au début des années 1980 et 1990. Mieux encore, M. Rudy, son leader actuel, a une idée très nette de l'avenir qu'il entrevoit pour AHF. Un geste important qu'a posé M. Rudy a été de cerner les nouvelles tendances et de trouver comment AHF pourrait s'y adapter. Par exemple, il s'est vite rendu compte que de nombreux groupes d'intérêt faisaient campagne en faveur de l'utilisation de produits locaux de préférence aux produits importés.

« Presque tout le monde se ralliait à ces mouvements privilégiant l'achat de produits locaux, qu'on voit maintenant apparaître partout dans le monde en vue de réduire la consommation d'énergie due au transport excessif des marchandises. »

M. Rudy a décidé de saisir l'occasion. Avec l'aide d'une vingtaine d'employés, il a organisé des groupes de discussion, parlé à ses clients et même produit une vidéo interne sur les avantages d'acheter des produits fabriqués au Canada.

« Cette initiative, dit M. Rudy, nous donne un objectif commun à l'atteinte duquel nous pouvons tous nous consacrer. »

Selon Jean-René Halde, président et chef de la direction de BDC, il est impératif de renforcer la capacité de leadership des entreprises pour les aider à surmonter les difficultés économiques actuelles. M. Halde rappelle qu'il est important pour les entrepreneurs de communiquer efficacement avec leurs employés afin qu'ils sachent à quoi s'en tenir et qu'ils aient une vision très nette de la direction que prend l'entreprise.

« Vous devez exercer sur eux une influence positive et stimulante, susciter leur enthousiasme et les rallier derrière vos objectifs », dit-il.

Les entrepreneurs doivent également connaître leurs propres forces et faiblesses. Ils doivent savoir déléguer efficacement pour utiliser au mieux les habiletés des employés et développer les compétences en leadership. Ils devraient en outre songer à soutenir le leadership en offrant de la formation ou encore faire appel à un consultant externe pour combler les lacunes au niveau des compétences. « Le leadership n'est pas un concours de popularité, indique M. Halde. Votre objectif est d'inspirer le respect et non la crainte. Vous devez montrer que vous êtes impartial, compétent et efficace en tant que coach. »

Eileen Fischer, professeure (entrepreneuriat et entreprise familiale) à la Schulich School of Business de l'Université York, est d'avis que l'orientation, au sein des petites entreprises, doit venir tout droit du sommet. « Contrairement aux plus grandes entreprises, où le leadership est souvent transmis indirectement à travers de nombreux échelons, dans une petite entreprise l'influence qu'un entrepreneur exerce sur ses employés est souvent immédiate et directe, affirme Mme Fischer. Cela signifie que leurs actions, surtout en période de stress, sont cruciales. » Les entrepreneurs doivent trouver un juste équilibre entre la nécessité de tenir les employés au courant des défis qui se posent et le besoin de maintenir l'optimisme et de favoriser un rendement élevé. Cela est particulièrement important lorsque les employés doivent se résoudre à des sacrifices tels que des mises à pied temporaires ou une diminution des heures de travail.

« Les petites entreprises sont souvent dans une large mesure le prolongement de leur propriétaire ou de leur président. Si, au départ, cette personne est capable de fournir un leadership solide, c'est là un très bon signe. »