

# CHARLES-ÉDOUARD BOUÉE

Président-directeur général, Roland Berger Strategy Consultants

**Nicolas BARRÉ, directeur de la rédaction, *Les Echos***

Nombre de ces grandes entreprises insistent sur l'importance d'une culture globale et cela fait partie intégrante de leur communication, mais peut-on réellement parler de culture globale ou bien s'agit-il d'un simple slogan ? Qu'en pensez-vous ?

**Charles-Edouard BOUÉE, président-directeur général, Roland Berger Strategy Consultants**

Je pense que toute entreprise, toute institution a ses spécificités au début. A l'instar des êtres humains, les entreprises ont différents styles créés par le ou les fondateurs. Qu'il s'agisse d'une entreprise américaine, française ou japonaise, on peut avoir le style « royal », le style « guerrier » ou le style « fermier ». C'est l'héritage des pères fondateurs, puis au fil du temps, l'entreprise devient globale ; si vous voulez être ouvert, il faut intégrer des personnes prêtes à adhérer à cette culture, à faire de l'entreprise une entreprise globale. Dans mon entreprise, j'ai 58 ou 60 nationalités dans près de 50 pays. C'est une entreprise globale mais, au final, lorsque nous nous réunissons avec les partenaires deux fois par an, nous sommes 250 rassemblés dans un même endroit, nous avons l'impression d'être les chevaliers de la Table ronde et je pense que c'est ce que nous devons tous arriver à comprendre. Toute entreprise a ses caractéristiques et cela va bien au-delà des nationalités.