



# L'immuable Six Vérités Intemporelles pour vous guider

PETER AMPE

## **L'immuable**

Six Vérités Intemporelles pour vous guider

Avec des remerciements particuliers à mon immuable amour, Emily Rammant.

Les récents événements. Les nouvelles tendances. Les futures tendances. Chaque semaine, on est poussé dans une nouvelle direction. Ce sont comme des vagues qu'il faut contourner ou utiliser à son avantage. Ce traité vous donne des orientations en ces temps changeants, en se concentrant sur l'immuable. Six vérités intemporels qui vous aideront à diriger un groupe ou à en composer un nouveau pour que celui-ci réussisse. Ils vous aideront à rester fidèle à votre vision, à garder votre groupe uni, à ne surfer que sur les vagues qui vous rapprochent de votre objectif et à laisser votre empreinte.

*L'immuable* a été écrit d'une seule traite après la lecture de 'L'Art de la Guerre de Sun Zu', un traité militaire du 5e siècle avant J.-C. C'est à cet ouvrage que *L'immuable* doit son style minimaliste et philosophique. Il ne vous donne pas de solutions, mais il vous fait réfléchir à vos propres solutions. L'auteur le considère comme un texte d'incubation ; après l'avoir lu, il vous incitera à réfléchir ou à repenser la dynamique au sein de votre groupe.

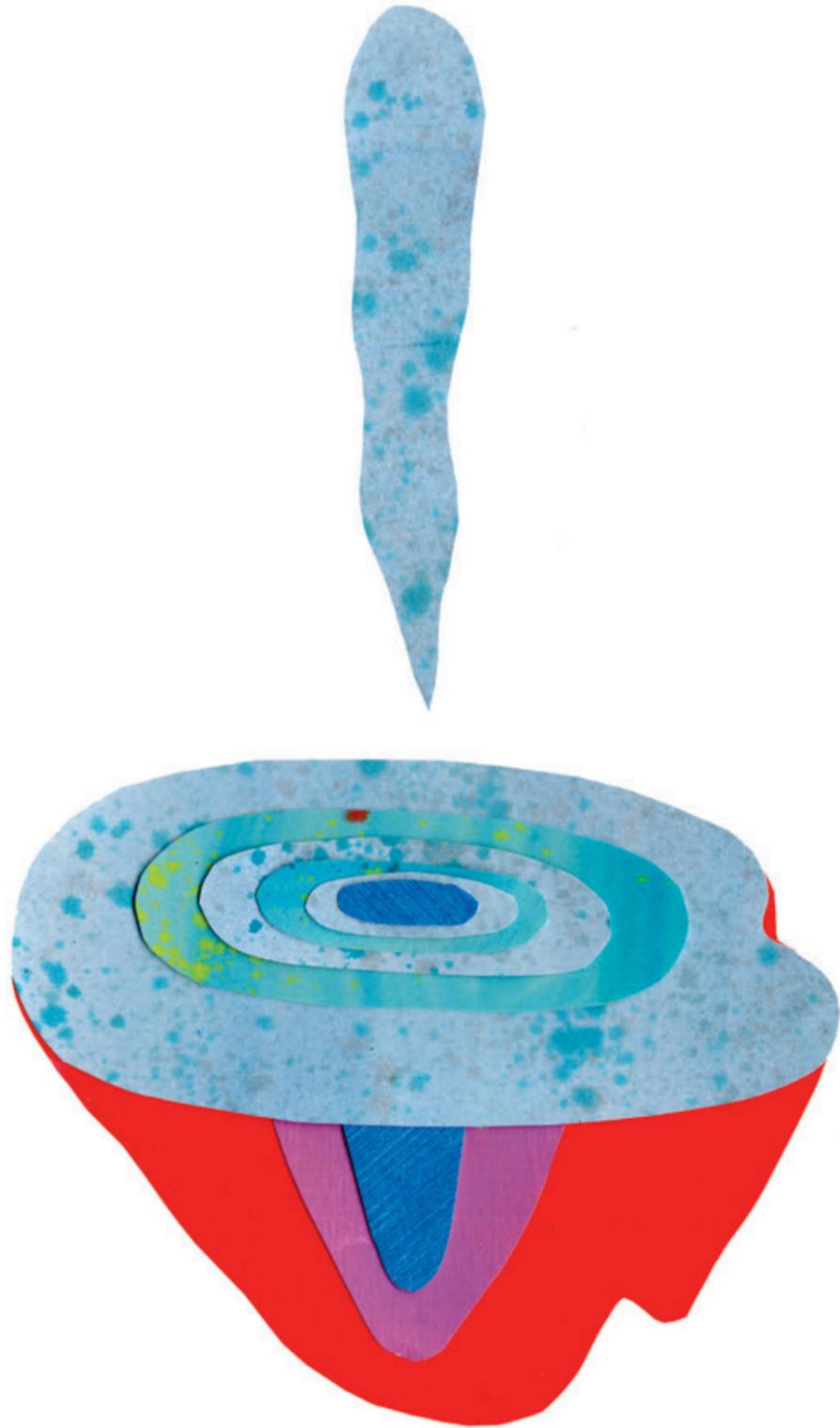
Ne vous perdez plus dans les vagues, regardez la mer.

**A trend you can ignore, it will disappear the way it came.  
A truth you cannot ignore, it will stay forever.**

Old Saying from 2020

**L'immuable**

L'idée	11
Le chemin	14
Le groupe	19
La mission	20
Les armes	24
La dynamique	26



## L'idée

1. Chaque innovation, chaque amélioration, chaque émerveillement commence par une idée.
2. Une idée vous permet de lancer un caillou plus loin qu'il n'est physiquement possible, parce que l'idée vous chuchote de tirer parti de l'eau pour faire ricochet. Une idée peut arrêter une rivière ou la faire changer de direction.
3. Une idée aide un individu. Une idée aide une communauté. Une idée aide la société. Une idée aide la planète. Une idée est toujours ambitieuse.
4. Une idée est ancrée dans le présent ou est intemporelle, tout le reste n'est que parasite.
5. À l'origine, une idée est juste une pensée, pas une forme. Elle prend forme par la suite, en la rendant visible dans de multiples expressions qui sont liées les unes aux autres. C'est ainsi qu'une idée devient un plan.
6. Une idée n'est pas une partie d'un écran ou d'un mur, une idée fait partie intégrante de la culture.

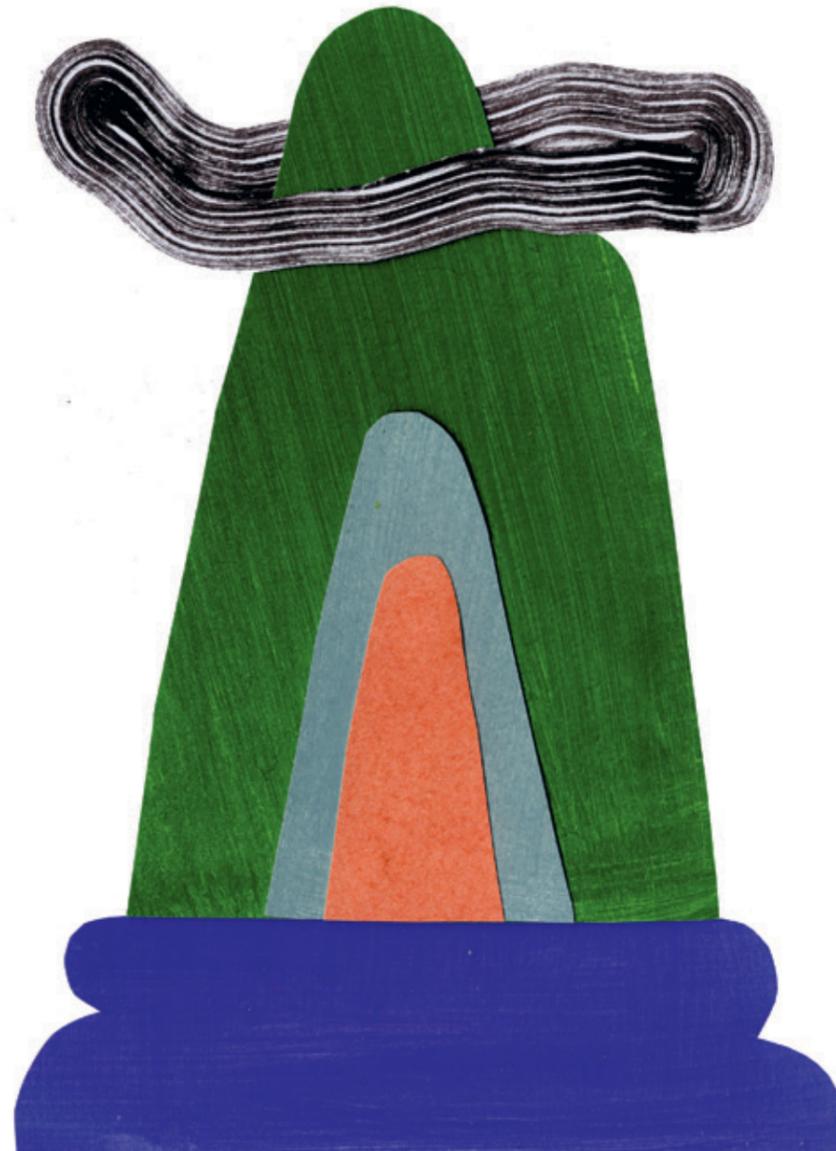
## Le chemin

1. On ne peut pas garder les gens ensemble en les rassemblant en un seul endroit. On peut les garder ensemble en les rassemblant sur un même chemin.

Formulez une mission commune.  
La hiérarchie est subordonnée au chemin ;  
tout le monde sait quoi faire en l'absence du chef,  
tout le monde sait quoi faire grâce à la présence d'un but.  
L'objectif donne à chacun une direction.

2. Le chemin est immuable.  
Le chemin est changeant.

Immuable est la destination finale.  
Changeant est le paysage ;  
Déplacez-vous toujours plus vite  
que le paysage se transforme.  
Changeant est le jour ;  
chaque jour est un premier jour,  
différent de la veille,  
différent du lendemain.  
Changeant vous êtes ;  
vous vous améliorez en permanence.



3. Suivez le chemin.  
Complétez le chemin.  
Regardez le sol sur lequel vous marchez,  
regardez les montagnes devant vous,  
et classez-les comme un explorateur  
qui utilise le changement à son avantage.  
Le changement vous donne de l'avance.
4. Considérez le changement comme une partie immuable du chemin.  
Apportez des changements lorsque vous êtes en tête.



5.  
Un groupe qui réussit obtient une belle récolte.  
La récolte apporte le succès pour le groupe.  
La récolte attire de nouveaux talents.  
La récolte fournit la graine pour la prochaine récolte.

6.  
Une belle récolte nécessite du soleil et de la pluie.  
Le soleil et la pluie sont constamment présents,  
sont constamment nécessaires.  
Le soleil et la pluie sont réunis en une ou  
plusieurs personnalités de premier plan.  
Le soleil et la pluie sont répartis de manière égale  
sur l'ensemble du groupe.  
Ne faites pas dépendre votre récolte d'un seul individu,  
mais de l'ensemble du groupe.  
Ne faites pas dépendre votre récolte d'une seule parcelle de terre,  
mais de différents terrains.  
Évitez une combinaison soleil-soleil.  
Évitez une combinaison pluie-pluie.  
Seule la combinaison soleil-pluie  
rendra le chemin fertile,  
maintiendra le groupe ensemble,  
garantira une récolte régulière.



## Le groupe

1.  
Un groupe a une seule et même âme.  
Dans un groupe, tout le monde veut la même chose,  
mais chacun fait quelque chose de différent.
2.  
Un groupe qui réussit  
se nourrit d'énergie positive.  
Un groupe qui réussit  
se nourrit d'énergie négative.  
Il y a toujours quelque chose d'utile derrière chaque critique,  
comme il y a toujours du sable derrière chaque pavé.
3.  
Un groupe qui réussit  
laisse ses membres prendre des routes secondaires  
pour voir si certaines sont aussi fertiles que la voie principale.  
Un groupe qui réussit  
demande à ses membres de gravir une montagne par eux-mêmes,  
sans devoir leur indiquer s'ils doivent marcher, voler ni  
par où passer.  
Un groupe qui réussit  
laisse ses membres nager dans un lac voisin,  
laisse ses membres partager les récoltes d'un champ qu'ils cultivent.  
Un groupe qui réussit  
nourrit la faim.

4.  
Dans un groupe, un seul talent ne fait pas la différence.  
C'est la collaboration des talents qui fait toute la différence.  
C'est le groupe qui transforme chaque obstacle en une barrière.  
C'est le groupe qui rassemble les talents qui  
pensent comme des experts et parlent comme des amis,  
qui se comprennent à demi-mot,  
qui cherchent ensemble non pas des solutions,  
mais le succès.

5.  
Le vrai talent partage ses idées,  
lâche ses idées,  
il entend tout le monde, mais n'écoute personne.  
Le vrai talent connaît la puissance des mathématiques ;  
dans un groupe de 1, une combinaison est possible,  
dans un groupe de 20, les possibilités sont infinies.

6.  
Une seule étoile attire l'attention sur elle-même,  
une constellation d'étoiles attire l'attention sur la création.  
Une seule étoile se rend compte qu'elle ne peut briller  
que par la présence d'autres étoiles.  
Une seule étoile sait que ce sont les noms des constellations  
qui sont plus connus que les noms des étoiles.



## La mission

1.  
Chaque mission arrive  
sous la forme d'un rocher.  
Il est tentant de rassembler le plus de personnes possible  
pour déplacer la roche.  
Il est plus intelligent d'être un peu moins  
pour d'abord rechercher  
le levier du problème.  
Réfléchissez le temps qu'il faut pour trouver ce levier,  
cela peut être un talent au sein de votre groupe,  
cela peut être un talent en dehors de votre groupe,  
cela peut être une force dans la société  
cela peut être une force chez le client.  
Ce sera toujours une idée.  
Cela paraîtra toujours évident par la suite.  
Réfléchissez le temps qu'il faut, car c'est peut-être  
autre chose qu'il faut déplacer.  
Et pas le rocher.

2.  
Une balle que vous passez à quelqu'un d'autre  
va plus loin qu'une balle que vous lancez vous-même.



3.  
Si une mission est ambitieuse,  
un groupe de 20 fera mieux  
qu'un groupe de 10,  
qu'un groupe de cinq,  
qu'un groupe de 1.

Si une mission exige de la rapidité,  
un groupe de 1 sera meilleur  
qu'un groupe de 5,  
qu'un groupe de 10,  
qu'un groupe de 20.



4.

Chaque groupe peut trouver une idée.  
Seuls les groupes qui réussissent donnent vie à une idée,  
en suscitant l'enthousiasme autour de l'idée,  
en rassurant sur l'idée,  
en collaborant avec d'autres groupes,  
l'un de ces groupes est le client.

5.

Chaque mission a un client.  
Pour le groupe, une idée va de soi,  
pour le client, une idée est un schisme :  
elle a l'attrait de la mer, car elle apporte des opportunités,  
elle a le pouvoir répulsif de la mer, car elle apporte le danger.  
Chaque nouvelle lune annonce de nouveaux clients,  
qui chaque fois viennent d'une autre vallée.  
Leur cycle peut durer aussi longtemps que le règne  
d'un empereur ou celui d'un empire.  
Ou être aussi court que le cycle de la lune.

6.

Le succès surpasse le podium,  
le succès dure plus longtemps qu'une soirée.  
Le succès n'est pas l'attention que vous recevez pour vous-même,  
le succès est l'impact que vous obtenez pour votre client

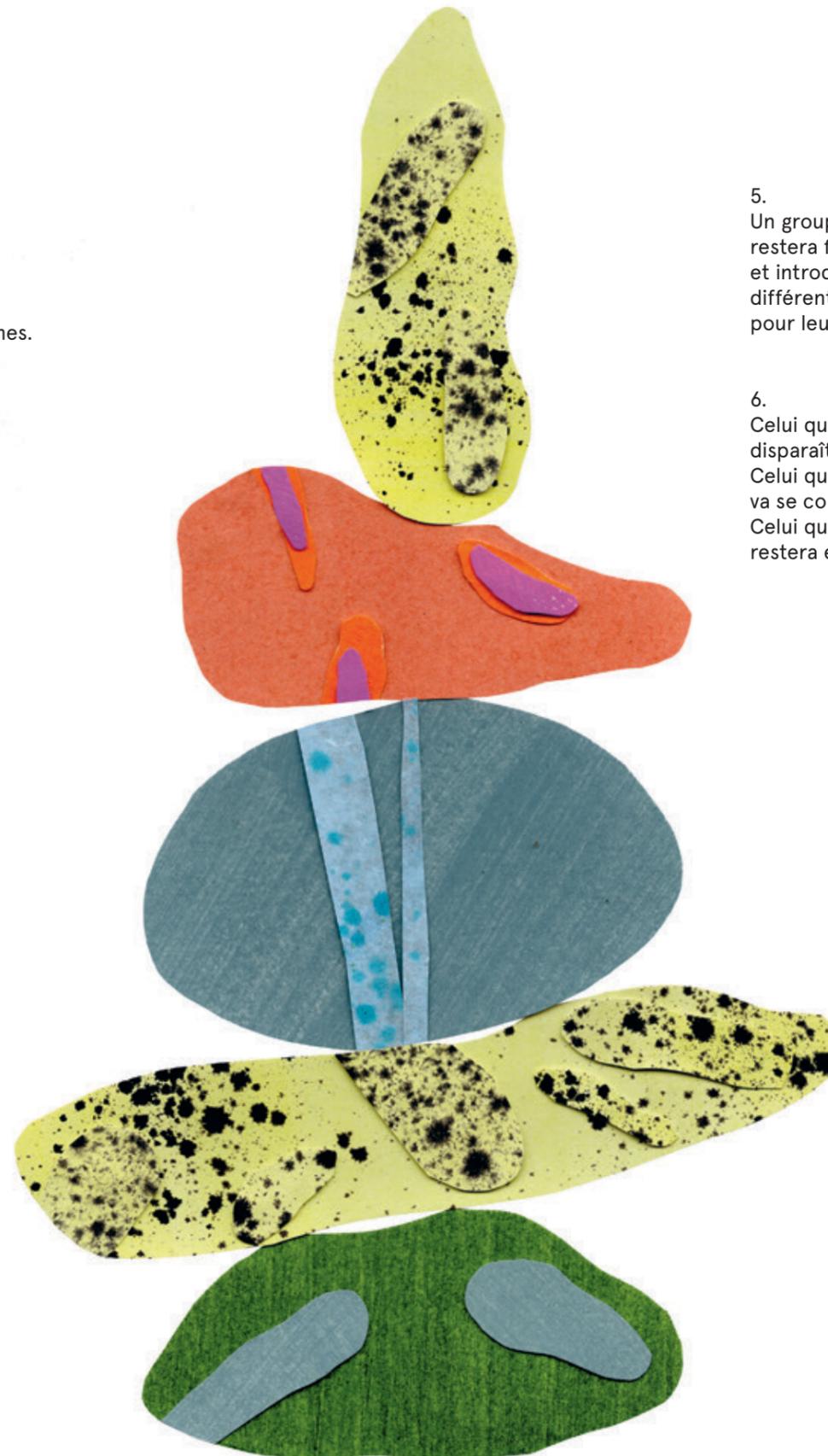
## Les armes

1.  
Un groupe qui réussit apprend constamment à combattre avec de nouvelles armes. Dans la tête de chaque membre du groupe, il n'y a pas de différence entre une épée et un sabre laser. Adoptez intensément de nouvelles armes, jusqu'à ce qu'elles fassent une partie de vous-même.

2.  
Un groupe qui réussit ne sera jamais le premier à utiliser une nouvelle arme. Un groupe qui réussit sera le premier à utiliser une nouvelle arme de manière pertinente.

3.  
Ne vous entraînez pas à une seule arme, si votre arme est périmée, vous l'êtes aussi. Entraînez-vous mentalement pour toujours continuer à essayer de nouvelles armes. Appréciez la flexibilité autant que l'agilité.

4.  
Chérissez vos propres forces. Votre talent vous rend indépendant des armes, votre talent est votre principale matière première. Si vous êtes analytique, développez ce talent. Si vous êtes conceptuel, développez ce talent. Si vous êtes organisationnel, développez ce talent. Si vous êtes cadre, développez ce talent. Et si vous n'avez pas de talent, entourez-vous de quelqu'un qui a ce talent. C'est aussi un talent.



5.  
Un groupe qui réussit restera fidèle à son chemin et introduira de nouvelles armes sur le chemin visibles de différentes manières pour leur propre groupe et pour d'autres groupes.

6.  
Celui qui s'en tient à son chemin et à ses armes disparaîtra progressivement. Celui qui change à la fois son chemin et ses armes va se confondre avec les autres groupes. Celui qui reste fidèle à son chemin et renouvelle ses armes restera en avance.

## La dynamique

1.  
Un groupe qui réussit  
demande à chacun de vivre en pensées au bord de la mer.  
Avec le dos tourné vers le connu - la terre.  
Face à l'inconnu - la mer.  
La mer apporte des opportunités.  
L'outre-mer apporte de nouveaux contacts.
2.  
Un groupe qui réussit  
connaît l'importance de mettre en place  
des experts de différents domaines :  
la collision des mondes mène toujours à quelque chose de nouveau,  
les plaques tectoniques conduisent à de nouveaux continents,  
les vagues migratoires conduisent à de nouvelles cultures.
3.  
De cette façon, le groupe est sûr de réussir,  
en continuant à se remettre en question.  
Cela permet au groupe de continuer à avancer,  
en recherchant de nouvelles alliances,  
en dehors de sa propre vallée,  
en dehors de sa zone de confort.





4.  
Un groupe qui réussit  
expérimente de nouveaux profils.  
C'est la fertilisation croisée qui conduit à de nouvelles espèces,  
des espèces plus fortes.  
À la fin de chaque cycle, demandez-vous  
quel nouveau profil souhaitez-vous introduire dans votre groupe.  
À la fin de chaque cycle, demandez-vous  
quelles nouvelles cultures vous souhaitez cultiver dans votre groupe.

5.  
Un groupe qui réussit  
crée son propre animal mythologique.  
C'est comme ça qu'on obtient un lion avec des ailes d'aigle.  
C'est comme ça qu'on obtient un taureau à tête humaine.  
C'est comme ça qu'on obtient une femme avec des cheveux de serpents.  
Au début de chaque mission, demandez-vous  
quelle nouvelle combinaison fera toute la différence,  
quelle nouvelle combinaison sera gagnante.

6.  
Quel animal mythologique allez-vous former ?  
Qui allez-vous réunir ?  
Avec qui voulez-vous vous asseoir ?

## Crédits

Auteur: Peter Ampe  
Visual Artist : Anne Brugni  
Layout: Elke Helbig  
Version anglaise : Sharon Frajllich, Laura Scoffin  
Version française : Jonathan d'Oultremont  
Editeur: Johan Vandepoel  
Producer: Cypres

Publié en mai 2020 comme supplément de *Sparkle 13*

## L'Auteur

Peter Ampe est actuellement CCO de FamousGrey et membre du European Board de Grey Europe. Peter est l'un des directeurs de création les plus influents de Belgique. En 2016, le magazine spécialisé Media Marketing lui a décerné un Special Mérite pour son leadership créatif. Ses publications précédentes sont *The Mind works Best a Running Speed. Get Your Best Ideas While Running* (2016) et *From Cold Case to Gold Case. How to craft compelling case study films* (2020) , toutes deux publiées par Borgerhoff & Lamberigts.

*L'Immuable* a d'abord été publié comme supplément du magazine Sparkle, édité à 5 000 exemplaires. Le texte a été commandé par ACC Belgium, dont la mission est d'inspirer les agences de publicité à continuer à investir dans le changement afin d'augmenter leur valeur ajoutée.

