

## LE SOCIÉTAL RENTRE DANS L'ENTREPRISE

Publié le 21 Octobre 2009

### Quelles valeurs privilégient les entreprises dans le monde ? La nouvelle étude Wellcom est pleine de surprises...

Si la qualité et l'innovation restent les deux principales valeurs des entreprises internationales, la montée en puissance dans pratiquement tous les pays des valeurs sociales - comme la responsabilité sociale et le développement durable... - constitue l'un des faits principaux de l'Index International des Valeurs 2009\*. Parmi les valeurs en forte croissance, on retrouve également celles qui unissent l'individu à l'entreprise à travers de la « **confiance** », de la « **tradition** » et en fin de « **adaptabilité** ».

L'étude constate ainsi un certain nombre de tendances lourdes dans le monde. Tout d'abord la crise actuelle mondiale renforce une attente de **moralisation** du fonctionnement des entreprises. « Et cette attente, logiquement, doit apparaître dans l'énonciation de leurs valeurs fondamentales » constate Thierry Wellhoff, président de l'agence Wellcom, qui réalise cette enquête depuis 2003.

Deuxième constatation : l'entreprise s'impose de plus en plus comme une structure essentielle du fonctionnement des sociétés, les valeurs d'entreprise issues des années 90 reculent au profit des **valeurs sociales, morales et de conduite**. Une entreprise se limitant aux seules valeurs professionnelles ou de conquête pourrait apparaître comme manquant de ouverture et de sensibilité aux enjeux sociaux de son environnement. L'émergence et la pénétration des valeurs issues de la société civile sur l'entreprise est un phénomène qui existait déjà, mais qui tend à s'étendre et à devenir de plus en plus fondamental. La perméabilité aux valeurs sociales et morales devient donc de plus en plus une nécessité pour l'entreprise de 2009, qui essaie de trouver des valeurs plus segmentantes pour se différencier.

Troisième remarque : on constate une **baisse d'influence des valeurs conquérantes**, ou plutôt l'association de plus en plus généralisée des valeurs conquérantes aux valeurs sociales. Tout se passe comme si les valeurs de conquête se devaient d'être aujourd'hui « tempérées » ou « orientées » par des guides de valeurs permettant de donner des indications sur le type de société vers lequel tend l'entreprise.

En **France**, « **l'innovation** » est la première valeur sélectionnée par les entreprises, qui sont 30% à la citer comme valeur pilote alors que la « **qualité** », 1ère valeur internationale, n'est qu'en 7ème position (elle était N°6 en 2006). « Il est également intéressant de noter que les valeurs de société connaissent une progression moins forte que dans d'autres pays européens comme l'Allemagne, l'Autriche et les Pays-Bas. La valeur « **environnement** » en 5ème position au niveau global, n'est que 16<sup>ème</sup> et la « **responsabilité sociale** », 6ème à l'international n'est que 33ème chez nous » constate **Thierry Wellhoff**. En revanche, les entreprises françaises insistent plus sur des valeurs renvoyant à des notions de **groupe** ou de **corps**. « **L'esprit d'équipe** » est ainsi classé au 2ème rang, « **l'intégrité** » est numéro 3, et la valeur « **partage** » est 8ème. En comparaison avec 2006, les valeurs de « **compétitivité** » et de « **savoir faire** » marquent les plus fortes progressions dans le classement France 2009 en passant respectivement de la 46ème à la 26ème place, et du 24ème au 11<sup>ème</sup> rang.

**Isabelle Mucnik**

Retrouvez l'étude ici: [index-valeurs-2009.pdf](#)