

Les valeurs sociétales nouveaux atouts à l'international

Soumis par actueco le dim, 2009-10-25 18:27

Le Top 10 des valeurs d'entreprises à l'international		
Valeurs pilotes 2009		
1	Qualité	39,7%
2	Innovation	38,8%
3	Satisfaction client	25,5%
4	Intégrité	19,2%
5	Environnement	17,6%
6	Responsabilité sociale	17,2%
7	Succès	16,4%
8	Savoir-faire	16,1%
9	Responsabilité	15,3%
10	Esprit d'équipe	12,9%

source Agence Wellcom

sociétales comme l'intégrité, la responsabilité sociale, le développement durable : « le baromètre 2009 fait apparaître que les entreprises ont désormais tendance à utiliser des valeurs plus diversifiées, laissant penser qu'elles souhaitent défendre une meilleure identité à travers leurs valeurs. »

Ces valeurs d'entreprise sont mises en relief par le contexte de crise mondiale : « une entreprise se limitant aux seules valeurs professionnelles ou de conquête pourrait apparaître comme manquant d'ouverture et de sensibilité aux enjeux sociaux de son environnement. » Aujourd'hui, il est indispensable d'allier aux traditionnelles valeurs de compétitivité - en rappelant que celles-ci sont en priorité la qualité et l'innovation- des valeurs sociétales déterminant un positionnement de l'entreprise. Cette conclusion de l'agence Wellcom est à rapprocher de l'esprit de recherche du « Global Entrepreneurship Forum » organisé par l'EM Lyon à la mi-novembre et dont la volonté est de replacer l'entreprise au centre du projet de société de chaque pays. Le postulat de Patrick Molle, directeur de l'EM Lyon est que l'entreprise doit être créatrice de valeur ajoutée et de justice sociale.

Mais le plus étonnant se trouve dans la suite de l'étude avec le focus réalisé sur les entreprises françaises. Elles avancent d'autres valeurs gagnantes. L'esprit d'équipe suit l'innovation mais la valeur de qualité tombe au 7ème rang derrière celles du respect et de la responsabilité. A quelques exceptions près - comme la France qui place la « Qualité » en 7ème position -, on retrouve ces valeurs dominantes dans les 5 premières valeurs de tous les pays.

L'analyse de Wellcom est claire : « contrairement à la tendance générale, les entreprises françaises sont moins marquées par la progression des valeurs de société : ainsi la valeur « Environnement » n'est qu'en 16ème position au niveau français et la valeur « Responsabilité sociale » n'est qu'en 33ème position. »

Renseignements : www.wellcom.fr

Yves Espaignet

yves.espaignet@wanadoo.fr

L'agence Wellcom vient de publier son Index International des Valeurs Corporate® 2009 réalisé auprès de près de 4000 entreprises de 11 pays étudiés. La vision des entrepreneurs français ne suit pas l'évolution mondiale. Une analyse à suivre à la veille des journées de l'export qui se dérouleront à Lyon en novembre.

Ce baromètre international (voir le tableau joint) montre que les valeurs mises en avant par les entreprises sont en premier lieu la qualité et l'innovation mais par rapport à son étude 2006 antérieure à la crise financière, Wellcom fait le constat d'une montée en puissance des valeurs