

Valeurs corporate 2009 : qualité, innovation et satisfaction client sur le podium !

Par Serge-Henri Saint-Michel - Publié le 20.10

VIADEO



Valeurs corporate de CMO, www.cmo.com.tw

Réalisé auprès de près de 4000 entreprises, et piloté pour la France par **Wellcom**, l'Index International des Valeurs Corporate® 2009 met en évidence la nouvelle physionomie des valeurs des entreprises, en dégageant les spécificités des 11 pays étudiés.

Ce baromètre souligne notamment la plus grande variété des valeurs utilisées par les entreprises, comparativement à 2006. Si l'Innovation et la Qualité restent les deux principales

Évaluation du site

Ce site s'adresse aux professionnels du marketing. Il leur propose l'actualité du secteur, un annuaire des professionnels et des outils de gestion de carrière.

Cible
Professionnelle

Dynamisme* : 1

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

valeurs des entreprises internationales, la montée en puissance des valeurs sociétales - comme la Responsabilité Sociale, le Développement durable - constitue l'un des faits remarquables de cet Index 2009.

Les grandes tendances de l'Index International des valeurs corporate 2009

Le baromètre 2009 fait apparaître une meilleure répartition des valeurs utilisées par les entreprises, ce qui laisse penser qu'elles souhaitent défendre une meilleure identité au travers de leurs valeurs.

L'abandon de valeurs d'entreprise est encore plus importante aujourd'hui qu'elle ne l'était hier. Le contexte actuel de crise mondiale renforce une attente de « moralisation » du fonctionnement des entreprises. Cette attente, logiquement, doit apparaître dans l'abandon des valeurs fondamentales de l'entreprise.

La perméabilité des entreprises aux valeurs qui dépassent leur seule activité et leur seul marché : ainsi, les valeurs sociétales, morales, de conduite, s'imposent au sein de la culture et des valeurs d'entreprise. 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.

La baisse d'influence des valeurs conquérantes ou plutôt l'association de plus en plus généralisée des valeurs conquérantes aux valeurs sociétales : les valeurs de conquête semblent 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.

International : qualité et innovation en valeurs corporate les plus exprimées

	Valeurs pilotes 2009	% 2009
1	Qualité	39,7%
2	Innovation	38,8%
3	Satisfaction client	25,5%
4	Intégrité	19,2%
5	Environnement	17,6%

Valeurs corporate : le top 5 des valeurs à l'international

Comme en 2006, la « Qualité » et « Innovation » sont les deux premières valeurs choisies par les entreprises au niveau international. 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.

Il est à noter que les 5 premières valeurs de ce classement restent inchangées entre 2006 et 2009. Seule la « Satisfaction client », bien qu'elle soit toujours en troisième position, perd du terrain en 2009 par rapport aux deux premières valeurs. Une tendance remarquable également au niveau français puisque cette valeur est passée de la 3ème à la 6ème position.

La fin du respect, l'arrivée de la responsabilité !

Autre évolution à remarquer cette année : le « Respect » disparaît du Top 10 des entreprises internationales, au profit de la valeur « Responsabilité ».

Vidéo : http://www.youtube.com/watch?v=Ox_4kOfekBI&feature=player_embedded

France : les valeurs corporate passent d'abord par l'innovation et l'esprit d'équipe

	Valeurs françaises 2009	% 2009
1	Innovation	30%
2	Esprit d'équipe	25,3%
3	Intégrité	25,1%
4	Respect	24,9%
5	Responsabilité	23,1%
6	Satisfaction client	21,7%
7	Qualité	21,5%
8	Partage	18,6%
9	Excellence	12,8%
10	Proximité	11,5%

Valeurs corporate : le top 10 des valeurs diffusées par les entreprises françaises

Cette édition 2009 permet de confirmer « L'innovation » à la tête des valeurs identifiées. En revanche, on constate que les valeurs « Professionnalisme », « Esprit entrepreneurial », « Environnement » ont disparu du Top 10 des entreprises françaises, au profit des valeurs « Partage », « Excellence », « Proximité ». Contrairement à la tendance générale, les entreprises françaises sont moins marquées par la progression des valeurs de société : ainsi la valeur « Environnement » nest quen 16ème position au niveau français et la valeur « Responsabilité sociale » nest quen 33ème position.

Les entreprises françaises insistent plus sur des valeurs renvoyant à des notions de groupe ou de corps. « Lesprit déquipe » est ainsi classé en 2ème position, « lntégrité » est classée en 3ème position, la valeur « Partage » est en 8ème position.


Vidéo : http://www.youtube.com/watch?v=m5xCGZuvhWI&feature=player_embedded

Note méthodologique sur l'Index International des Valeurs Corporate® 2009

Étude de nature quantitative réalisée par **Wellcom** et le réseau international ECCO entre novembre 2008 et mars 2009, à partir d'une base de données rassemblant 3726 entreprises au total, dont 499 pour la France.

Les valeurs ont été répertoriées soit sur les sites Internet corporate des entreprises, soit via des documents institutionnels, soit encore via des courriels adressés aux services de communication ou aux services de ressources humaines des entreprises.

Il est important de préciser que seules les valeurs affichées comme telles ont été retenues et quil ny a donc pas eu de travail d'interprétation ou de décodage afin déviter toute approximation.



A noter également que les valeurs ont fait l'objet de regroupements sémantiques pour permettre l'analyse. A titre d'exemple, les valeurs « Innovation » et « développer l'innovation » ont été regroupées sous une valeur dite valeur pilote : « Innovation ». Ces regroupements de valeurs sous des valeurs pilotes font l'objet d'une note spécifique.

Les résultats concernent 18 551 valeurs, regroupées en 6532 expressions. Ces 6532 expressions ont été codifiées par les agences de communication des différents pays du réseau international ECCO, à partir d'une première liste de valeurs pilotes établie en 2006.

Cette codification a été reprise et contrôlée avec l'aide d'un traducteur professionnel pour établir une liste définitive en 2009 de 89 valeurs pilotes, 11 pays ciblés et 14 secteurs identifiés

Source : Wellcom