

Baromètre du changement : « Les Valeurs » sous le regard de Thierry Wellhoff.

La nouvelle édition des travaux de Thierry Wellhoff, Président de l'agence Wellcom, déjà parus en janvier 2009 aux éditions Eyrolles, s'enrichit de nouvelles données issues de l'*Index International des Valeurs Corporate*.

Dans cette nouvelle édition les caractéristiques des valeurs d'entreprise sont ainsi réactualisées pour une meilleure représentation des pratiques et des enjeux des organisations. Valeurs morales, valeurs de marque, valeurs institutionnelles ?

Régulièrement invoquées dans les entreprises, celles-ci recèlent bien des ambiguïtés.

Qu'est-ce au juste que des valeurs ? A quoi servent-elles ? Comment les utiliser ? Comment évaluer leur intérêt ? Un système de valeurs approprié offre aux entreprises le moyen de donner un sens à leurs multiples enjeux, de garantir la cohérence de leur communication, et de contribuer à leur réputation.

L'actualisation des informations met en exergue une plus grande variété ainsi qu'une meilleure répartition des valeurs utilisées par les entreprises, laissant ainsi entrevoir une volonté de défendre une véritable identité au travers de leurs valeurs. Bien que l'Innovation et la Qualité restent les deux principales valeurs pour les institutions du monde entier, les résultats de ce baromètre soulignent la montée en puissance de valeurs telles que la Responsabilité Sociale et le Développement durable, marquant ainsi une nouvelle tendance sociétale des entreprises.