www.focusrh.com

26/10/09

Les entreprises françaises se distinguent en termes de valeur

Réalisé auprès de près de 4 000 entreprises dans 11 pays, l'Index international des valeurs corporate® 2009 met en évidence la montée en puissance des valeurs sociétales comme la responsabilité sociale ou le développement durable. Un pays fait exception à cette règle : la France...

Comme en 2006, la qualité (39,7%), l'innovation (38,8%) et la satisfaction client (25,5%) trustent le sommet du palmarès de l'Index international des valeurs corporate® 2009. Viennent ensuite l'intégrité (19,2%), l'environnement (17,6%) et la responsabilité sociale (17,2%), traduisant une montée en puissance des valeurs sociales ou sociétales observées dans la quasi-totalité des 11 pays étudiés.

« On tient là la principale tendance de l'index 2009, souligne Thierry Wellhoff, président de l'agence conseil en communication Wellcom, Ce mouvement illustre de manière plus générale la montée en puissance des valeurs morales et de conduite (intégrité, respect, responsabilité...). La crise actuelle renforce l'attente de moralisation du fonctionnement des entreprises. Une attente qui transparait logiquement dans l'énonciation de leurs valeurs fondamentales. »

L'entreprise, un lieu de vie social

Les valeurs professionnelles (qualité, satisfaction client, savoir-faire, création de valeur...) et de conquête (innovation, succès, performance, compétitivité, ambition...) restent très représentées, mais moins qu'auparavant. « Un peu comme si les entreprises se considéraient toujours comme des forces économiques, mais qu'elles voulaient aussi être perçues comme un lieu de vie social, aussi bien pour leurs collaborateurs, que pour la société dans son ensemble, remarque Thierry Wellhoff, Une entreprise qui se cantonnerait aujourd'hui à ces seules valeurs risquerait d'apparaître comme manquant d'ouverture et de sensibilité aux enjeux sociaux de son environnement. »

Cette progression des préoccupations sociétales trouve beaucoup moins d'écho en France où l'environnement ne figure qu'en 16e position et la responsabilité sociale en 33e. « Sans faire

Évaluation du site

Ce site diffuse l'actualité du monde du recrutement, et des ressources humaines, en général, sous forme de brèves, d'interviews, ou d'articles parfois plus longs.

Cible
Professionnelle

Dynamisme* :1
* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

copyright © 2009, Argus de la presse Tous droits réservés

d'angélisme, j'atténuerais ce mauvais classement par le fait que les entreprises françaises incluent ces deux notions sous le vocable plus général de responsabilité qui arrive lui en cinquième position. Je crois aussi qu'en France, on a la chance d'être moins concerné par les problématiques environnementales que dans d'autres pays », tempère Thierry Wellhoff.

Les entreprises françaises redécouvrent les vertus du collectif

Autre spécificité hexagonale : la montée en puissance des valeurs qui renvoient à des notions de groupe ou de corps comme l'esprit d'équipe qui arrive au second rang, le partage ou le respect qui font leur apparition dans le Top 10 au 3e et 8e rang... « C'est un peu comme si les entreprises françaises redécouvraient les vertus du collectif, après avoir été très loin dans l'individualisme, analyse Thierry Wellhoff. Elles s'aperçoivent aujourd'hui que pour être efficace, il faut réapprendre à travailler ensemble. »

Et quand on lui demande si toutes ces valeurs énoncées par les entreprises décrivent une réalité ou un projet dans lequel elles ont envie de s'engager, Thierry Wellhoff coupe la poire en deux. « La vérité se situe sans doute au milieu. Mais lorsque l'on étudie le palmarès par pays, on s'aperçoit par exemple qu'en Allemagne, c'est la qualité qui arrive en tête. En France, pays de recherche, c'est l'innovation qui est invariablement citée en premier. Au final, il semble que les valeurs des entreprises reflètent assez bien la culture économique d'un pays », conclut Thierry Wellhoff.

Yves Rivoal

Top 10 des valeurs d'entreprises à l'international1 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%

Top 10 des valeurs d'entreprises en France1 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%

Source : Index international des valeurs corporate® 2009

copyright © 2009, Argus de la presse Tous droits réservés