

CONSTRUCTION DES VALEURS CORPORATIVES DU LUPM



www.sudperformance.fr

7, impasse du Pistou
ZAC de la Soude
13009 Marseille
Tél. : 04 91 16 50 31
Fax : 04 91 72 40 81
sudperf13@sudperformance.fr

Le travail sur les valeurs s'est fait en quatre temps :

1. L'explication de la notion de « valeurs » et l'intérêt de définir les valeurs pour une organisation
2. Choix en sous-groupes des 8 valeurs prioritaires qui aux yeux des participants caractérisent le LUPM aujourd'hui et qui sont nécessaires pour sa bonne évolution à partir des choix individuels
3. Choix des valeurs communes en grand groupe

1-La notion de « valeurs »

Septembre/2011



Les valeurs corporatives

1 www.sudperformance.fr

Document créé par Sud Performance

Septembre/2011

Le double sens du terme VALEUR

- Vision cartésienne = représentation concrète des choses et des biens (montant, chiffre...)
- Vision abstraite attribuée par l'homme, moins mesurable, moins rationnelle

2 www.sudperformance.fr

Document créé par Sud Performance

A quoi servent les valeurs?

Septembre/2011

« La valeur nous permet de faire le lien entre l'abstrait et le concret, entre l'idée et la réalisation, entre l'idéal et le réel » (Alain Ray, dictionnaire culturel)

- Les valeurs permettent à la fois d'affirmer et de maintenir son identité personnelle dans un groupe et à développer notre sentiment d'appartenance à un groupe social:
 - Elles participent à un va et vient entre l'individu et le collectif.
- Sans les valeurs partagées, la cohésion sociale est menacée.
 - Elles jouent un rôle de régulateur social pour les individus libres



3 www.sudperformance.fr

Document créé par Sud Performance

Historique

Septembre/2011

Naissance de la notion de valeur

- 1850
- Fin de l'ancien régime (où le libre arbitre est régenté par les classes sociales)

Naissance de la notion de valeur dans les entreprises

- USA: 1950
- Japon 1950
- France 1980

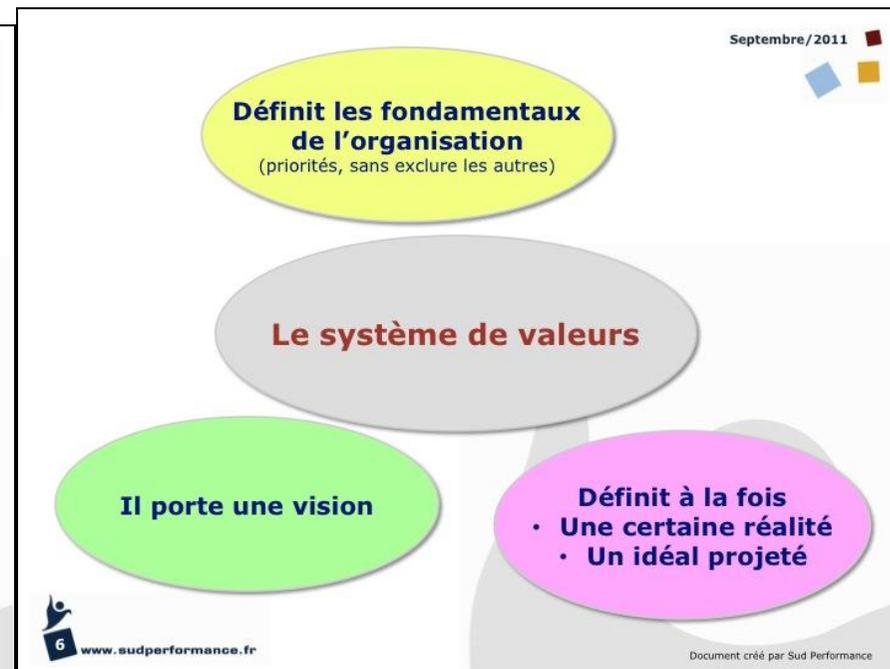
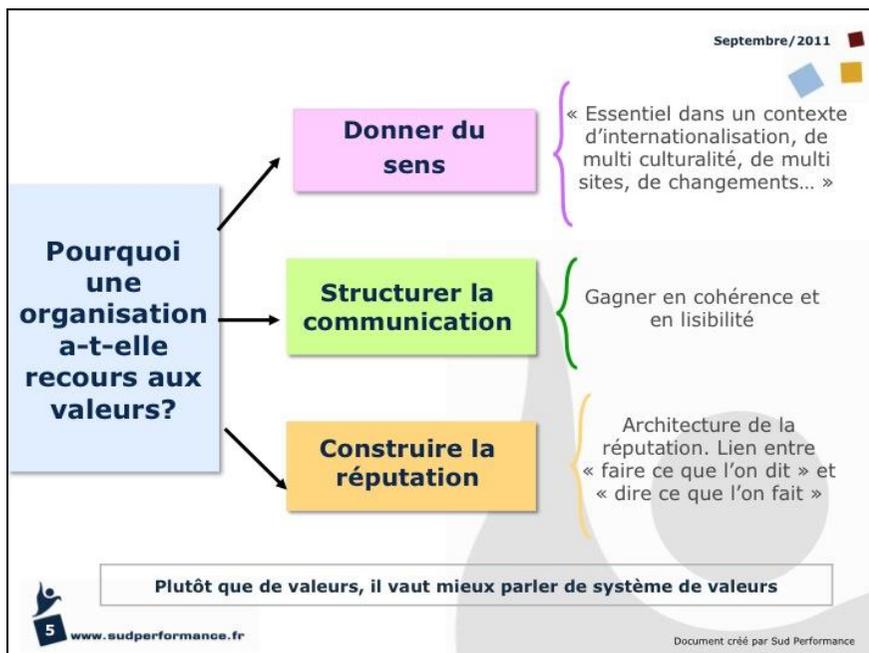


4 www.sudperformance.fr

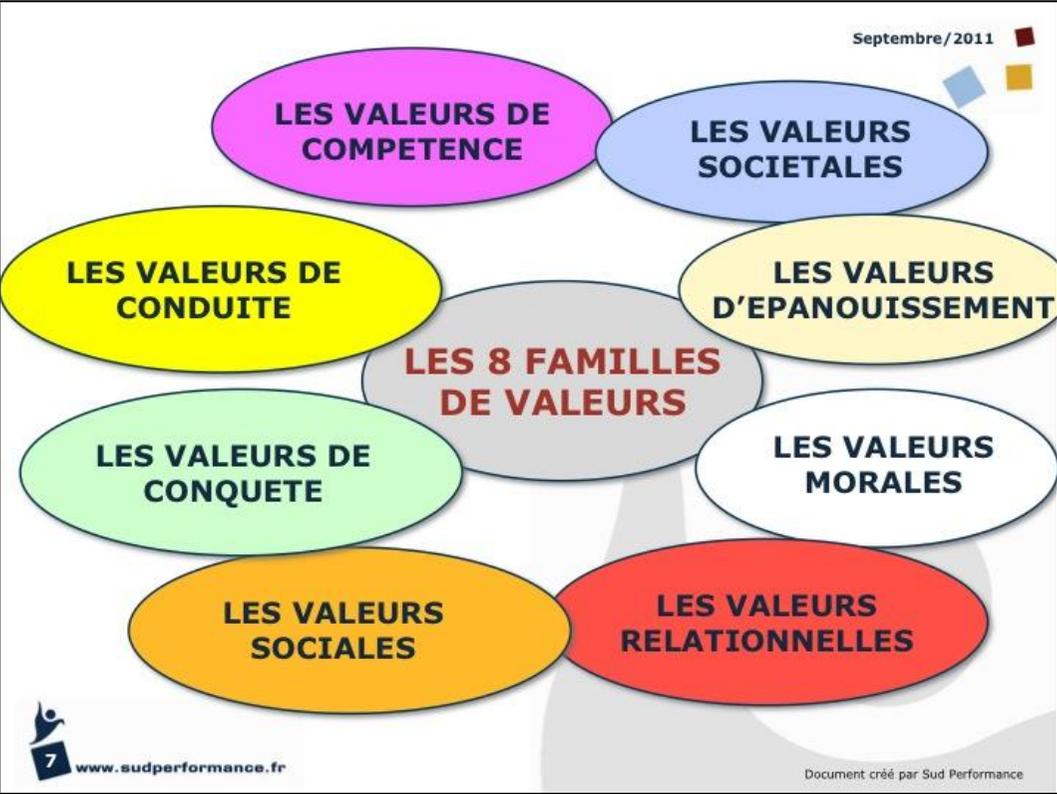
Document créé par Sud Performance



3 www.sudperformance.fr



Septembre/2011



Septembre/ 2011

**LES VALEURS DE
COMPETENCE**

**LES 8 FAMILLES
DE VALEURS**

- Orientées vers les parties prenantes
(*ancrage territorial, excellence, qualité, réputation*)
- Technicité métier à forte valeur ajoutée
(*création de valeur, professionnalisme, savoir faire, sécurité, service*)
- Bien faire fonctionner les rouages internes
(*détermination, efficacité, esprit d'équipe, management, pérennité*)
- Se centrer sur les axes structurants de la stratégie (*différenciation, diversification, internationalisation, spécialisation*)

 10 www.sudperformance.fr Document créé par Sud Performance

Septembre/ 2011

**LES VALEURS
SOCIALES**

**LES 8 FAMILLES
DE VALEURS**

- Se mettre à l'écoute de la société et de ses besoins
(*partage, santé*)
- Principes et guides pour l'action, préconisées par les grandes institutions internationales
(*développement durable, environnement, responsabilité sociale*)

 11 www.sudperformance.fr Document créé par Sud Performance

Les valeurs de compétence

Valeurs retenues par les organisations comme des grandes finalités à même de les orienter pour un bon exercice (au sens technique) de leur métier. Elles traduisent le souci qu'ont les organisations de déployer des compétences traduisant leur stratégie, répondant aux attentes des parties prenantes et qui génèrent une valeur ajoutée technique. Les valeurs de compétence figurent parmi les valeurs les plus souvent choisies par les organisations.

Les valeurs sociétales

Contribution de l'organisation aux enjeux de la société en matière de développement économique, environnemental et social. Il s'agit pour l'organisation de revoir son mode de fonctionnement interne dans une optique de développement durable. Les valeurs sociétales sont les repères que les organisations se donnent pour engager leur personnel et leurs parties prenantes à trouver les contributions pertinentes au débat sociétal.



LES 8 FAMILLES DE VALEURS

LES VALEURS D'EPANOUISSEMENT

- Favoriser le côté émotionnel de la personnalité (*beauté, plaisir, sensibilité*)
- Visant le développement de la personnalité (*développement personnel, talent*)
- Incarnant la prise en considération de l'être humain dans la plénitude de ses attentes et ses droits (*humanisme*)



LES 8 FAMILLES DE VALEURS

LES VALEURS MORALES

- Promotion de la conscience morale (*éthique, intégrité, loyauté*)



Les valeurs d'épanouissement

Permettent de signifier aux usagers le souci de l'organisation d'offrir des services enrichissants et aux collaborateurs des situations de travail permettant aux différentes facettes de leur personnalité de s'épanouir. Les valeurs d'épanouissement désignent la recherche d'une alliance réussie entre le développement des aspirations profondes des parties prenantes de l'organisation et de ses exigences de performance. L'organisation doit être en mesure de faire coïncider, voire de réconcilier, l'épanouissement de son personnel, de ses clients ou usagers, de ses partenaires et plus globalement de la société dans son ensemble, avec son propre développement.

Les valeurs morales

Valeurs faisant la promotion de la conscience morale, pour pallier les risques de conduites individuelles éthiquement inopportunes, inhérents à la place de plus en plus grande laissée à l'autonomie et à la responsabilité de chacun dans les organisations. En mettant en évidence une valeur morale, une organisation incite explicitement son personnel à agir en conscience, et s'engage elle-même à mettre en place les modalités ad hoc pour aider les personnels en ce sens.



- Septembre/2011
- Facilitant l'entrée en relation entre les personnels et entre les personnels et l'extérieur (*accessibilité, communication, proximité*)
 - Aidant l'organisation à se constituer comme une société humaine (*considération, convivialité, respect*)
 - Permettant aux relations d'avoir une haute tenue (*confiance, partenariat*)

LES 8 FAMILLES DE VALEURS

LES VALEURS RELATIONNELLES



www.sudperformance.fr

Document créé par Sud Performance

- Septembre/2011
- Lien social interne à l'organisation (*intégration, participation, égalité*)
 - Lien social tourné vers interne et externe (*équité, pluralisme, patriotisme*)

LES 8 FAMILLES DE VALEURS

LES VALEURS SOCIALES



www.sudperformance.fr

Document créé par Sud Performance

Les valeurs relationnelles

Les organisations sont des systèmes de coopération d'où doit émerger une valeur ajoutée permettant de faire vivre ensemble, le mieux possible leurs collaborateurs et leurs parties prenantes. Les valeurs relationnelles désignent les modalités de la mise en relation des collaborateurs entre eux, et des collaborateurs avec leur environnement, tout en garantissant un fonctionnement économiquement viable.

Les valeurs sociales

Permettent de signifier aux usagers le souci marquant l'attachement de l'organisation à créer un lien social de qualité au sein des équipes et à construire et préserver un lien responsable avec son environnement et la société en général. En étant attentive au lien social, l'organisation favorise des relations, des affiliations, des appartenances, qui unissent les personnes et les groupes autour de la production. En étant vigilante sur son rôle social, l'organisation s'affirme comme une institution qui ne met pas forcément les résultats économiques au premier rang de ses priorités.



8

www.sudperformance.fr

Septembre/ 2011

- Pour avoir une longueur d'avance (*anticipation, innovation*)
- Pour s'inscrire dans un projet gagnant (*ambition, enthousiasme*)
- Pour avoir l'esprit de compétition (*Compétitivité, courage, performance, succès, performance*)
- Volonté de s'imposer (*croissance, exclusivité, initiative*)

LES 8 FAMILLES DE VALEURS

LES VALEURS DE CONQUETE

16 www.sudperformance.fr Document créé par Sud Performance

Septembre/ 2011

LES VALEURS DE CONDUITE

LES 8 FAMILLES DE VALEURS

- A la source de la conduite (*authenticité, discernement, exigence, fierté, humilité, individualité, passion*)
- Qui orientent la conduite (*créativité, liberté, modernité, responsabilité, simplicité, tradition*)
- Qui articulent la conduite avec son environnement (*adaptabilité, attractivité, disponibilité, implication, ouverture*)

17 www.sudperformance.fr Document créé par Sud Performance

Les valeurs de conquête

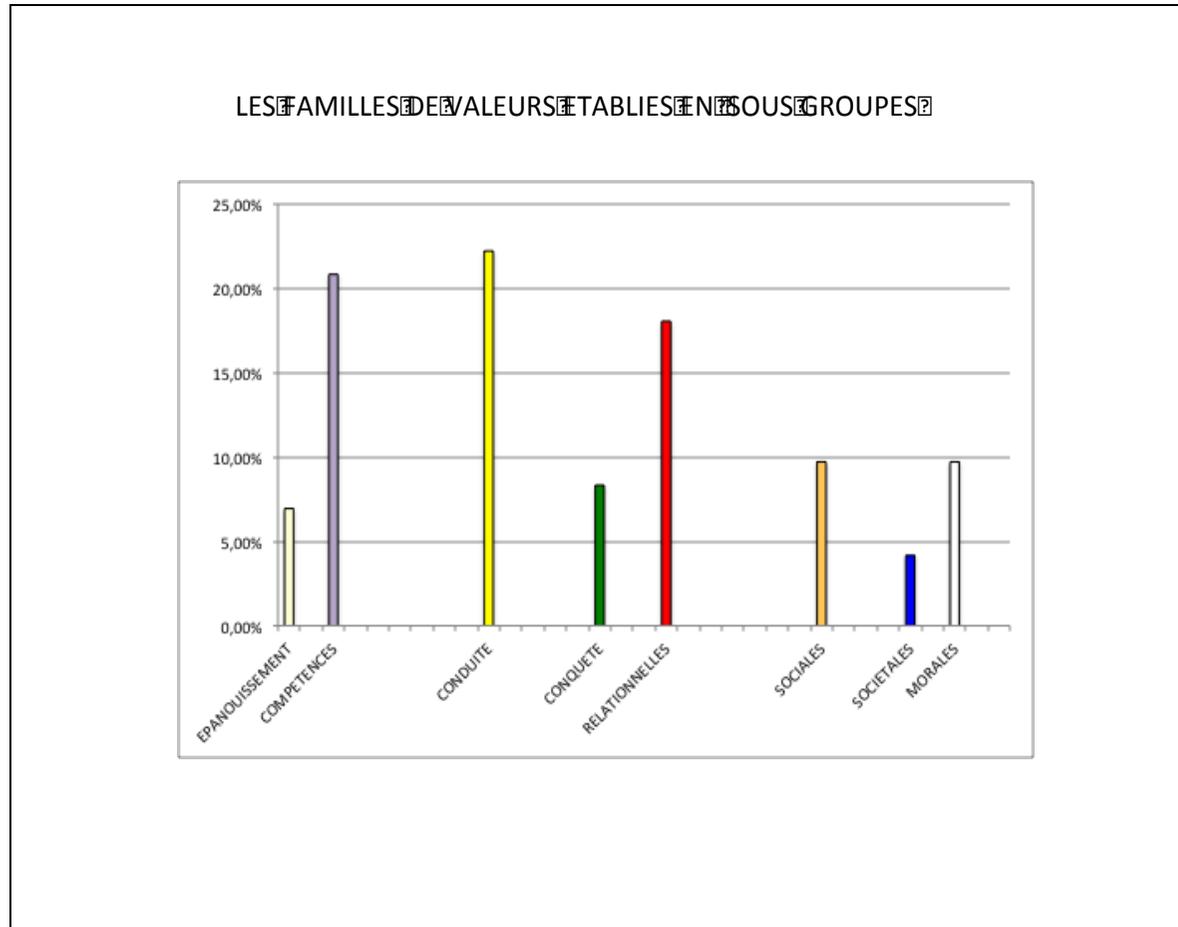
Valeurs qui traduisent un état d'esprit dans l'organisation caractérisé par les notions d'énergie, de sens d'initiative, de progression. Cet esprit de conquête s'inscrit dans un contexte actuel de forte compétition. Gagner sa place suppose avoir du courage, prendre des risques pour saisir les opportunités. Les organisations doivent être capables de se remettre en question et parfois de se réinventer.

Les valeurs de conduite

Par les valeurs de conduite l'organisation cherche à infléchir la conduite des collaborateurs dans tel ou tel sens, et ce, précisément parce qu'ils ont une certaine liberté d'action. Les valeurs de conduite sont les orientations d'action que l'organisation estime indispensable et bénéfique à sa survie ou à son développement. Ainsi elle pourra considérer que telle ou telle valeur de conduite est importante pour bien exercer son métier ou pour souder les équipes autour de manières communes de conduire l'action, pour s'adapter à une situation nouvelle ou au contraire pour renforcer un point fort de sa culture.



2 - Les choix en sous-groupe



3 - Choix des valeurs communes en grand groupe

10

Le mardi après-midi il a été discuté des valeurs collectives à partir de la présentation des valeurs choisies en sous-groupes. La discussion n'a pas été finalisée. Voici la synthèse des échanges.

1/ **L'esprit d'équipe** ou plutôt **l'esprit de groupe**. L'esprit de laboratoire. C'est un sentiment d'appartenance avec un objectif commun.

2/ **La liberté** : caractéristique des métiers de la recherche. Cela se croise avec l'esprit d'équipe. Ce n'est pas antinomique. Liberté sur les choix des sujets sur lesquels ils veulent travailler.

En lien avec la **créativité** : il faut être ouvert pour entendre des idées nouvelles, transverses.

3/ **Le respect** :

- des personnes et de leur place dans l'organisation
- du travail des autres, quelle que soit leur place et leur rôle. Cela suppose solidarité et confiance.

4/ **La convivialité** : va avec cadre de vie agréable et échanges humains.

5/ **La communication** :

- Vers l'extérieur pour coopérer, échanger des informations.
- Communication dans un cadre convivial.

6/ **La qualité** :

- Exigence, professionnalisme et réputation.
- Le travail fourni qui fait la réputation du laboratoire.

Il s'agit de faire bien, et de qualité dans la façon de faire : tant sur les résultats que sur les méthodes

7/ **L'éthique et l'intégrité** (valeurs morales). C'est l'honnêteté intellectuelle, le cadre de la mission de service public, l'exemplarité.

Compte rendu réalisé par SUD PERFORMANCE

