

L'enseigne n'a pas mis en place de charte de valeur.

La charte de valeur de l'enseigne est affichée et à la vue des collaborateurs.

Les collaborateurs connaissent et partagent les valeurs de l'entreprise.

Les valeurs de l'entreprise sont partagées, largement respectées par les collaborateurs et ressenties par les clients



Explication et contexte

Les valeurs d'une entreprise sont les principes sur lesquels elle se base pour évoluer dans son secteur et prendre ses décisions stratégiques. Ces principes peuvent être moraux (loyauté envers les clients et les collaborateurs, qualité supérieure en toute circonstance...), sociétaux (respecter l'environnement, développer un modèle économique plus éthique...). Elles peuvent aussi prendre une dimension marketing (proximité avec sa clientèle, adaptabilité...) ou refléter une stratégie (innover, être toujours à la pointe...).

Les valeurs d'une entreprise reflètent la vision de son dirigeant, sa façon de concevoir l'entrepreneuriat. Elles lui permettent de fixer des objectifs et de prendre les bonnes décisions au quotidien.

Imaginez-vous recevoir une proposition de partenariat qui ne serait pas en adéquation avec vos valeurs morales ou sociétales ; votre décision sera facilement prise.

Les valeurs d'une entreprise lui permettent de se positionner sur son marché et de se démarquer de la concurrence. Elles attirent et fidélisent une clientèle qui adhère à ces valeurs.

En ce sens, les valeurs d'une entreprise reflètent également son image de marque ; elles contribuent à sa stratégie de communication. Enfin, les valeurs d'une entreprise s'adressent à ses salariés. C'est pourquoi elles participent à la construction de la culture d'entreprise, gage d'un bon climat social. Les valeurs d'une entreprise, la vision de son dirigeant, sont les terreaux pour construire une image de marque externe et interne.

Point réglementaire

La rédaction d'une charte éthique ou de valeur pour le point de vente est une démarche volontaire, il n'existe pas de contrainte réglementaire sur le sujet. Cependant il s'agit d'un outil puissant pour renforcer le sentiment d'appartenance au point de vente grâce à des valeurs communes et partagées comme par exemple des valeurs d'honnêteté, d'intégrité, loyauté, solidarité, écoute, confiance, bienveillance, respect de l'environnement, ...

Il s'agit d'un outil très bien utilisé et mis en valeur par les grandes multinationales mais il est tout à fait possible d'adapter cette charte éthique aux TPE/PME afin de rendre visibles et lisibles leurs valeurs et leurs engagements du quotidien.

Que dois-je faire pour atteindre le niveau 1 ?

L'entreprise n'a pas mis en place de charte de valeur.

L'entreprise ne dispose pas de charte éthique ou de valeurs mais elle souhaite en développer une. Il existe deux possibilités pour le point de vente pour développer une charte de valeur :

- Au niveau de l'Enseigne pour afficher des valeurs communes entre les différents points de vente et renforcer l'image de marque du réseau.
- Au niveau du point de vente en développant une charte de valeurs en co-construction avec les collaborateurs afin de les impliquer et de les faire adhérer à ses valeurs qu'ils vont devoir incarner dans leur quotidien.

**Que dois-je faire pour atteindre le niveau 2 ?**

La charte de valeur de l'entreprise est affichée;

Si l'Enseigne a développé une charte éthique ou de valeurs, le PDV peut utiliser cette dernière et l'afficher à la fois pour les collaborateurs et pour les clients. L'affichage de cette charte permettra à chacun de prendre connaissance des valeurs que l'entreprise défend et qui doivent se retrouver dans ces décisions, dans sa relation client et dans sa façon de traiter ses collaborateurs.

Si l'Enseigne n'a pas développé de charte éthique ou de valeurs, le PDV peut en avoir développé une avec ses collaborateurs. Cette charte sera donc spécifique au PDV et ne concernera pas les autres magasins de l'Enseigne.

Pour être visible des collaborateurs, l'entreprise peut utiliser différents supports pour afficher sa charte de valeurs : une affiche dans la salle de pause, les vestiaires ou tout autre lieu de passage des collaborateurs, un courrier lors de la remise de la fiche de paye, ou sur la page intranet de l'entreprise, Etc.

Les ressources

<https://ekodev.com/blog/On-en-parle/Charte-Ethique-un-outil-pour-mettre-en-application-les-valeurs-et-les-principes-de-l-entreprise>

<https://www.redaction-business.com/objectifs-reussite/charte-des-valeurs-de-votre-entreprise/>

<https://www.lavieeco.com/carriere-rh/la-charta-de-valeurs-peut-etre-un-excellent-outil-de-cohesion-dequipe/>

Que dois-je faire pour atteindre le niveau 3 ?

Les collaborateurs connaissent et partagent les valeurs de l'entreprise.

La simple rédaction de cette charte ne permet pas de véhiculer les valeurs et les engagements du PDV si cette dernière n'est pas incarnée par les actions quotidiennes des salariés. Il est donc important de former les collaborateurs pour qu'ils connaissent la charte mais aussi qu'ils sachent comment la mettre en pratique dans leur travail/ métier. Pour cela l'entreprise peut organiser des réunions, des formations, des petits-déjeuners, des fiches pratiques par métier pour montrer comment appliquer ces valeurs au quotidien ...

De plus, il est important que le sujet de cette charte soit évoqué lors de l'intégration des nouveaux collaborateurs afin qu'ils comprennent l'importance et les valeurs qu'elle porte et qu'ils doivent défendre dans leur quotidien professionnel.

Que dois-je faire pour atteindre le niveau 4 ?

Les valeurs de l'entreprise sont partagées, largement respectées par les collaborateurs et ressenties par les clients.

Lorsque les valeurs sont comprises et appliquées au quotidien par son équipe interne il est plus facile de communiquer vers les parties prenantes externes comme les clients et les fournisseurs.

Pour faciliter cette transmission, vous pouvez mettre en place les actions suivantes :

- Afficher dans le point de vente vos valeurs pour que le client puisse en prendre connaissance.
- Illustrer le respect de ces valeurs par vos collaborateurs à travers des exemples concrets qui peuvent être diffusés sur le point de vente à travers des affiches, des vidéos ...
- Interroger vos clients lors des enquêtes de satisfaction pour connaître leur ressenti sur vos valeurs ce qui vous permettra d'identifier potentiellement des actions complémentaires à réaliser pour renforcer une ou plusieurs valeurs non ressenties.



LE GROUPE ERAM a travaillé avec ses parties prenantes pour définir ses valeurs qui sont au nombre de 5 :

- Audace
- Innovation
- Agilité
- Passion
- Simplicité

Ces valeurs sous-tendent toutes les actions et les relations que le Groupe Eram entretient avec ses parties prenantes.



LE GROUPE BEAUMANOIR

Le Groupe Beaumanoir structure son management autour de 7 valeurs-clés, qui définissent sa responsabilité envers ses clients, ses collaborateurs et ses partenaires.

- Le respect
- L'humilité
- L'esprit commerçant
- La réactivité
- La proximité
- La passion
- Le progrès

Chaque collaborateur doit prendre connaissance de cette Charte, s'engager à la respecter dans le cadre de ses activités et se conformer aux lois et réglementations en vigueur. L'éthique est la responsabilité de tous et cette Charte doit pouvoir aider chaque collaborateur à agir avec intégrité et le guider et le conforter dans ses choix au quotidien.

Cette Charte doit permettre à chacun de s'interroger sur l'attitude à adopter dans d'éventuelles situations potentiellement sensibles et/ou atypiques, pouvant être rencontrées dans les relations internes comme externes.

ENGAGEMENT N°7

LES ÉLÉMENTS DE PREUVES

Ma check-list pour préparer l'audit :

✓ NIVEAU 1 :

✓ NIVEAU 2 :

- La charte des valeurs de l'entreprise
- Photo de son lieu d'affichage

✓ NIVEAU 3 :

- Les supports de communication mis à disposition dans le point de vente (affiches, formation, flyers, vidéos, ...).
- Livret d'accueil si mention des valeurs de l'entreprise

✓ NIVEAU 4 :

- Lieu d'affichage des valeurs de l'entreprise pour les clients
- Support de diffusion de vos valeurs en externe (photo, vidéo, affiche, ...)
- Question en lien avec vos valeurs dans les enquêtes de satisfactions clients

1



2



Formation interne sur les valeurs de l'entreprise

3



4



5

Les exemples à fournir :

1. Charte des valeurs
2. Photo de la charte en salle de pause
3. Formation sur les valeurs de l'entreprise
4. Photo lieu d'affichage des valeurs pour les clients
5. Enquête de satisfaction client sur les valeurs de l'entreprise



DÉFINIR SES VALEURS

Pour identifier des valeurs à associer à votre entreprise, posez-vous dans un premier temps des questions générales afin de cerner ce qui compte pour vous et ce pour quoi vous seriez prêt à vous investir. Considérez vos expériences et tenez compte de vos aspirations.

- Quelles sont les raisons qui vous ont poussé à créer ou à rejoindre cette entreprise ?
- Quelle est son histoire ?
- Avez-vous envie de vous impliquer pour une cause sociétale ou environnementale ?
- Quelle est la mission de l'entreprise ? Quelles sont les valeurs sociétales qu'il serait possible de défendre dans le cadre de ses activités ?
- Qu'est-ce qui motive le plus l'ensemble de vos salariés ? Que pourriez-vous leur apporter ? Comment améliorer leur implication et leur collaboration ?
- L'entreprise présente-t-elle des manquements à combler ou rencontre-t-elle des difficultés internes ou externes qui seraient à considérer ?
- Quelle est la valeur ajoutée de l'entreprise par rapport aux entreprises concurrentes ?

En répondant à ces questions, vous devriez identifier certaines valeurs ou certains principes qui pourront vous aider à définir vos valeurs d'entreprise. Notez tout ce qui vous vient à l'esprit, vous trierez ensuite.

Exemples : goût de l'innovation, utilité sociétale des produits ou services proposés, qualité supérieure des prestations, participation au développement économique local ...

Vous pouvez aussi mettre à contribution vos salariés. Remettez-leur un questionnaire. Ils auront certainement des idées intéressantes et vous pourrez éventuellement vous appuyer sur un socle de réponses communes.

Lorsque vous aurez plusieurs idées de valeurs à associer à votre entreprise, essayez de les regrouper et de les classer. L'objectif est de parvenir à dresser une petite liste finale de 3 à 6 valeurs pour définir en quelques mots l'identité de votre entreprise.

Attention ne retenez que les valeurs les plus significatives de votre organisation et tenez compte des aspects pratiques. Mieux vaut privilégier des valeurs que vous pourrez afficher et défendre sans ambiguïté