

Des **V**aleurs...

... pas des **D**iscours

← Communiquance →

- Innovation
- Intégrité absolue
- Respect de l'initiative individuelle et de la progression personnelle
- Tolérance envers les erreurs commises de bonne foi
- Qualité des produits
- La vraie activité de 3M consiste à savoir résoudre des problèmes



**American Express**  
France

(1850)

- Un service héroïque à la clientèle
- Des services sur lesquels on peut compter dans le monde entier
- Encouragement de l'initiative individuelle



(1903)

- Les hommes comme source de notre force
- Les produits comme le résultat final de nos efforts  
(nous *signifions* nos voitures)
- Les bénéfices comme moyens nécessaires et mesure de notre réussite
- Honnêteté et intégrité de base



(1937)

- Contribution technique dans les domaines où nous intervenons (« Nous existons en tant qu'entreprise pour apporter notre contribution »)
- Respect des hommes de HP et développement d'opportunités, y compris celle de partager le succès de l'entreprise
- Contribution et responsabilité envers les communautés où nous intervenons
- Qualité abordable pour les clients de HP
- Profit et croissance comme moyen de rendre possible toutes les autres valeurs et les autres objectifs



*General Electric Company*

(1892)

- Améliorer la qualité de la vie grâce à la technologie et à l'innovation
- Un équilibre interdépendant entre la responsabilité envers les clients, les salariés, la société et les actionnaires (sans hiérarchie précise)
- Responsabilité individuelle et opportunités
- Honnêteté et intégrité

(1891)

- « Nous sommes dans l'activité qui consiste à préserver et à améliorer la vie humaine. Toutes nos actions doivent être mesurées à l'aune de notre réussite dans ce domaine »
- Honnêteté et intégrité
- Responsabilité de l'entreprise envers la société
- Innovation scientifique, et non-imitation
- Excellence identique dans tous les *aspects* de l'entreprise
- Bénéfices, mais des bénéfices qui procèdent d'un dur travail qui profite à l'humanité

(1928)

- L'entreprise existe « pour rendre honorablement service à la communauté en fournissant des produits et des services de qualité supérieure à un juste prix »
- Renouvellement perpétuel
- Solliciter le « pouvoir créatif latent qui est en nous »
- Amélioration continuelle dans tout ce que fait l'entreprise - dans les idées, la qualité, la satisfaction du client
- Traiter chaque employé avec dignité, en tant qu'individu
- Honnêteté, intégrité et éthique dans tous les domaines de notre activité



Philip Morris USA



Philip Morris Companies Inc. is now Altria Group, Inc.

(1847)

- Le droit à la liberté de choix individuel (de fumer, d'acheter ce dont on a envie) est digne d'être défendu
- Gagner - être le meilleur - et dominer les autres
- Encourager l'initiative individuelle
- Occasions de se réaliser fondées sur le mérite, pas sur le sexe, ni la race ni la classe sociale
- Travail et autoamélioration perpétuelle

SONY

(1945)

- Expérimenter la joie pure, née de l'avancée, de l'application et de l'innovation technologique qui profite au grand public
- Elever la culture japonaise et le statut national
- Etre un pionnier - ne pas suivre les autres, mais faire l'impossible
- Respecter et encourager la capacité et la créativité de chaque individu

- Pas de cynisme
- Attention fanatique à la constance et au détail
- Progrès continu grâce à la créativité, les rêves, et l'imagination

- Pas de cynisme
- Attention fanatique à la constance et au détail
- Progrès continu grâce à la créativité, les rêves, et l'imagination

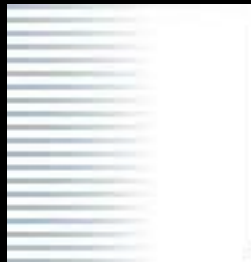
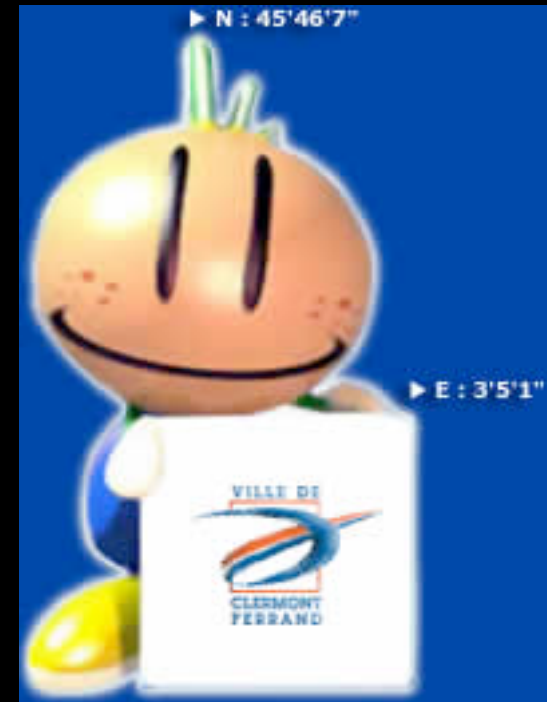
Disney

(1923)

- Pas de cynisme
- Attention fanatique à la constance et au détail
- Progrès continu grâce à la créativité, les rêves, et l'imagination
- Contrôle et préservation fanatique de l'image et de la « magie » de l'entreprise
- « Donner le bonheur à des millions de gens » et célébrer et promouvoir les valeurs profondes de l'Amérique

# Des valeurs territoriales ?

← Communiquance →



# Lexique de « valeurs » territoriales ?

- Dynamisme
- Innovation
- Qualité de vie
- Accueil
- Infrastructures
- Vie culturelle
- Démocratie de proximité
- Sécurité
- Enseignement
- Vie associative
- Aides sociales
- Ambition
- Plaisir de vie
- Services publics
- Offre commerciale
- Environnement
- Ecologie
- Transports en commun
- Aide aux entreprises
- Notoriété
- Histoire
- Climat
- Fête (s)
- Tourisme
- Centre, plate forme, plaque tournante
- Justice



# Les 9 vertus de Saint-Paul

- *Épître aux Galates* - 5.22-23 -

- Charité
- Joie
- Paix
- Patience
- Serviabilité
- Bonté
- Confiance (dans les autres)
- Douceur
- Maîtrise de soi

← **Communi**quance →