AD NORMANDIE

Reconnue d'utilité normande

www.adnormandie.fr

RÉGION NORMANDIE

NORMANDIE AGENCE DE DÉVELOPPEMENT

MASTER CLASS RH « Marque Employeur »

Session 2 - 13 mars 2026

Identifier ses valeurs et sa culture d'entreprise

SOLUTIONS RH, une offre de service de l'AD Normandie

www.adnormandie.fr

RÉGION NORMANDIE

NORMANDIE AGENCE DE DÉVELOPPEMENT



THÈME

ATELIER 2 : "Valeurs et culture d'entreprise"

Marque d'intérêt ©



SPONTANÉMENT, PARTAGEZ-NOUS 3 VALEURS CHACUN.E QUI CARACTÉRISENT VOTRE ENTREPRISE

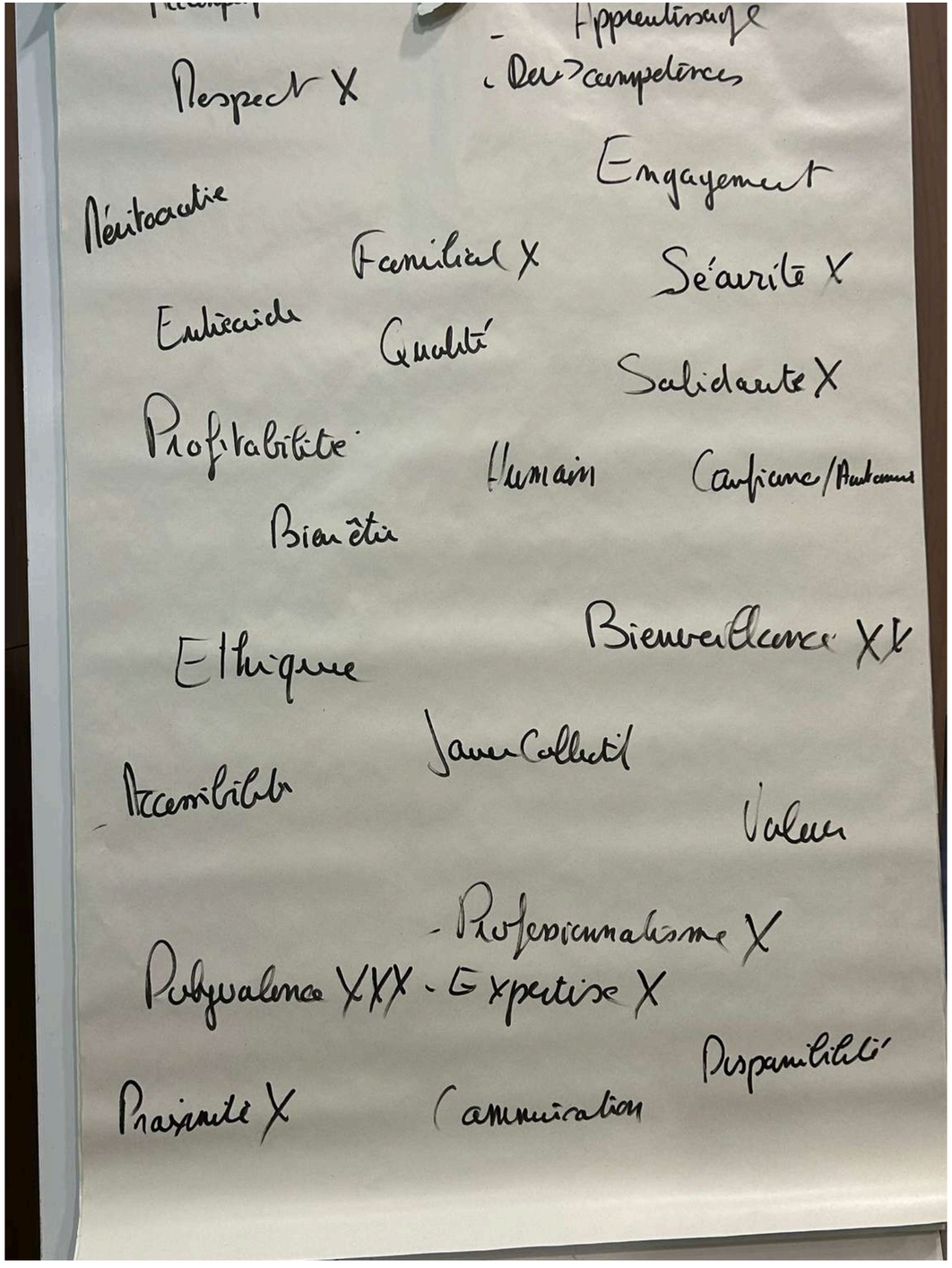
Marque d'intérêt ©



Voilà le top 25
en France des valeurs
les plus affichées

1. Innovation
2. Engagement
3. Excellence
4. Respect
5. Esprit d’équipe
6. Responsabilité
7. Client d’abord
8. Audace
9. Confiance
10. Bienveillance
11. Authenticité
12. Proximité
13. Diversité & Inclusion
14. Passion
15. Éthique
16. Humilité
17. Autonomie
18. Agilité
19. Durabilité
20. Résilience
21. Solidarité
22. Proactivité
23. Capacité à innover
24. Transparence
25. Collaboration

Marque d’intérêt ©


Apprentissage
Respect X
Des compétences
Engagement
Réactivité
Familial X
Sécurité X
Efficacité
Qualité
Solidarité X
Profitabilité
Humain
Confiance / Autonomie
Bienêtre
Bienveillance XX
Ethique
Jamais Collectif
Accessibilité
Valeur
- Professionnalisme X
Polyvalence XXX
- Expertise X
Disponibilité
Proximité X
Communication

LES VALEURS

Marque d'intérêt ©

À propos des valeurs

> **« Les valeurs ne se négocient pas : quand tu négocies une valeur, tu te détruis de l'intérieur ».**
> Margaret Henriquez, dirigeante des champagnes Krug (LVMH)

“L’humain au cœur du système.”
“La passion de l’excellence pour nos clients.”
“Bienveillance et performance.”
Stoooop, au secours ! On a dit “valeurs”, pas “niaiseries” !
Ces exemples ne sont pas des vraies valeurs, parce que personne ne peut les désapprouver.

Aucune entreprise ne pourrait afficher sur son site :
“La passion de la médiocrité pour nos clients.” ou encore “Malveillance et défaite”.
Or, une vraie valeur, on doit pouvoir y adhérer, ou pas. Elle peut ne pas convenir à tout le monde !!
Quelqu’un qui ne se reconnaît pas dans une valeur pourra se reconnaître dans la valeur inverse.

Par exemple, Innovation et Tradition sont des vraies valeurs.
👉 On attend de nos salariés qu’ils expérimentent sans cesse de nouvelles méthodes de travail, de nouveaux outils, pour optimiser en permanence les process et améliorer le produit.
👉On attend de nos salariés qu’ils reproduisent scrupuleusement les méthodes utilisées depuis 8 générations et qu’ils les transmettent aux plus jeunes, pour garantir la continuité de notre art.

Marque d'intérêt ©

LA MARQUE

Marque d'intérêt ©

Au fait, c’est quoi une marque selon vous ?

Marque d'intérêt ©

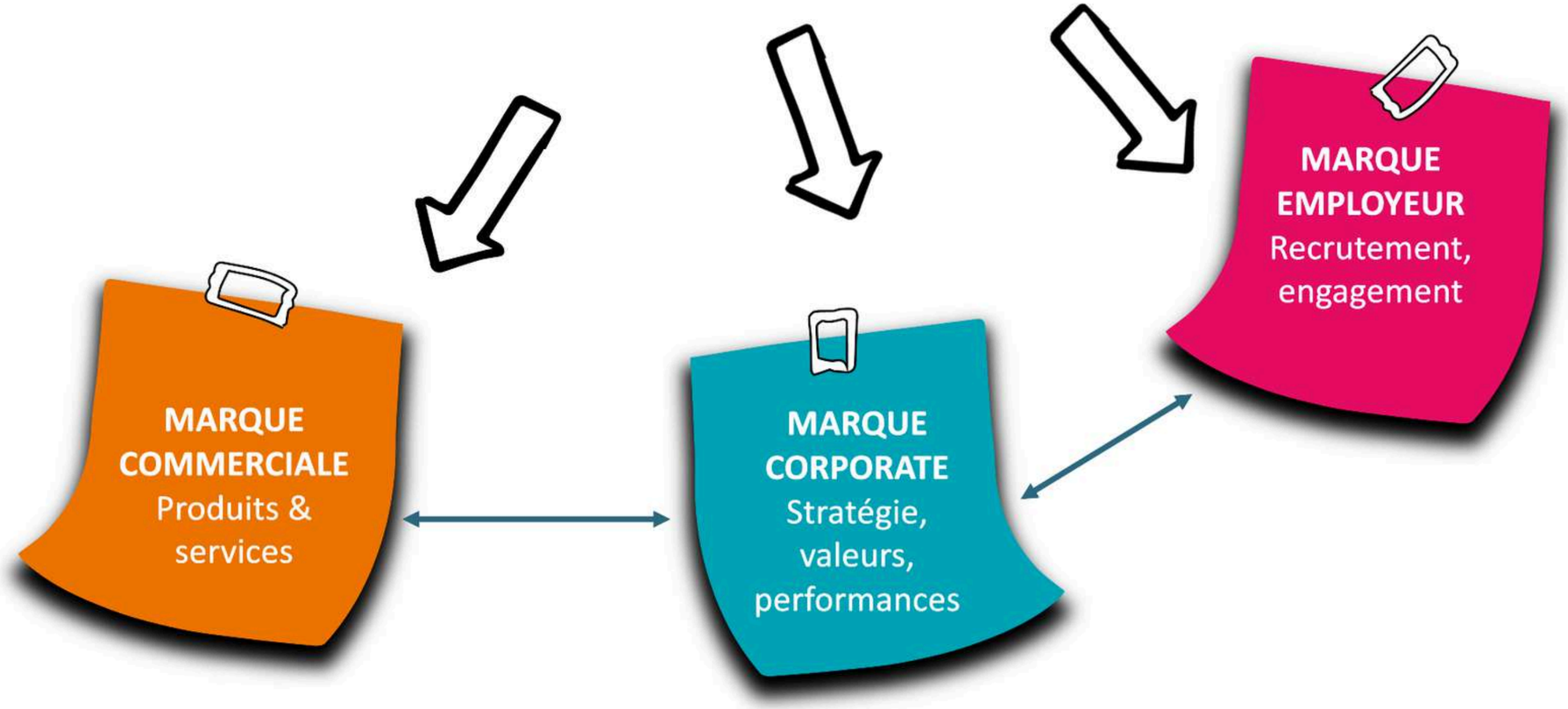
Marque employeur : définition de Didier Pitelet

« La Marque Employeur n’est que la Marque, traitée sous l’angle employeur, par la mise en cohérence de l’ensemble des expressions employeur internes et externes, au nom de la performance de l’entreprise » Septembre 1998



Marque d'intérêt ©

LA MARQUE DE VOTRE ENTREPRISE



Marque d'intérêt ©

Qu’est-ce qu’une marque forte ?

« Une marque employeur forte vise à augmenter la reconnaissance immédiate mais aussi l’identification à des valeurs, des expériences candidats et collaborateurs, une entreprise unique »

Construire une plateforme de marque employeur permet de dégager une marque forte :

- Qui ose se positionner et **affirmer sa singularité**
- Revient à faire des choix pour se singulariser, pour trouver ce qui rend la marque **unique et intéressante**



Une promesse employeur différenciante

Marque d’intérêt ©

NOS DÉFINITIONS

Marque d'intérêt ©

Valeurs d’entreprise

Les valeurs d’entreprise sont les **principes incontournables de l'entreprise dans sa façon d’agir, de décider, de conduire ses affaires** vis-à-vis de tous.

Elles structurent et influencent profondément les **comportements** internes et l'expérience avec toutes les parties prenantes (clients, fournisseurs, collaborateurs, etc.).

Les comportements issus de ces valeurs d’entreprise **différencient fondamentalement l’entreprise dans la manière de faire.**

Dit simplement c’est comment on fait les choses ICI, autant de manière individuelle que collective.

Marque d'intérêt ©

Pourquoi avoir des Valeurs d'entreprise ?

Les valeurs d'entreprise **servent à guider chaque geste au quotidien** de l'entreprise.

- Elles sont **le référentiel des comportements incontournables à avoir et à ne pas avoir.**
- Elles constituent un **ensemble de critères partagés** qui sont un outil d'aide à la décision efficace quand elles sont vécues et incarnées dans toute l'entreprise.
- Elles permettent à chacun d'utiliser ces **"guidelines" pour prendre les meilleures décisions.**

Même interprétées et vécues de manières différentes chacun à son niveau, incarner pleinement les valeurs d'entreprise donne à tous :

- une **même grille de lecture,**
- un même système de valeurs, une même éthique, **ce qui favorise la confiance, la délégation, la coopération, la cohésion et au final l'alignement.**

Elles font partie de la culture d'entreprise, des fondamentaux qui créent le cadre et le référentiel pour toutes les décisions, actions et comportements à avoir.

Marque d'intérêt ©

Quel est le lien entre valeurs et culture d’entreprise ?

Les valeurs d’entreprise sont l’une des composantes clé de la culture d’entreprise.



La culture d'entreprise : la réalité vécue

La culture d'entreprise, quant à elle, représente **l’ensemble des comportements, des habitudes, des rituels et des interactions quotidiennes au sein de l’entreprise.** Elle se construit à travers :

- Les pratiques managériales
- Les modes de communication
- L’organisation du travail
- Les rites et traditions d’entreprise (team-building, rituels d’intégration, etc.)
- Les comportements réellement valorisés et sanctionnés
- les valeurs

Marque d'intérêt ©

ATELIER DE GROUPE

⏳ 10h - 11h

Marque d'intérêt ©

CONSIGNE

GROUPE 1 – Formaliser ses valeurs
Objectif : Construire une méthode claire et actionnable pour définir ou redéfinir des valeurs d'entreprise.

Vous devez produire :

1. Les 6 à 8 étapes clés de la démarche
2. Les parties prenantes à impliquer
3. Les pièges à éviter
4. Les critères qui permettent de dire qu'une valeur est "valide"

GROUPE 2 – Faire vivre les valeurs
Objectif : Passer des mots aux comportements.

Vous devez produire :
Pour 3/4 valeurs au choix :

1. Les **comportements attendus** concrets
2. Les **comportements inacceptables**
3. Les **outils RH** à activer (recrutement, management, rituels, évaluation…)
4. Un **exemple de décision** qui illustre cette valeur

GROUPE 3 – CODEV
Objectif : Aider une entreprise réelle à structurer sa démarche de formalisation ou d'alignement de valeurs.

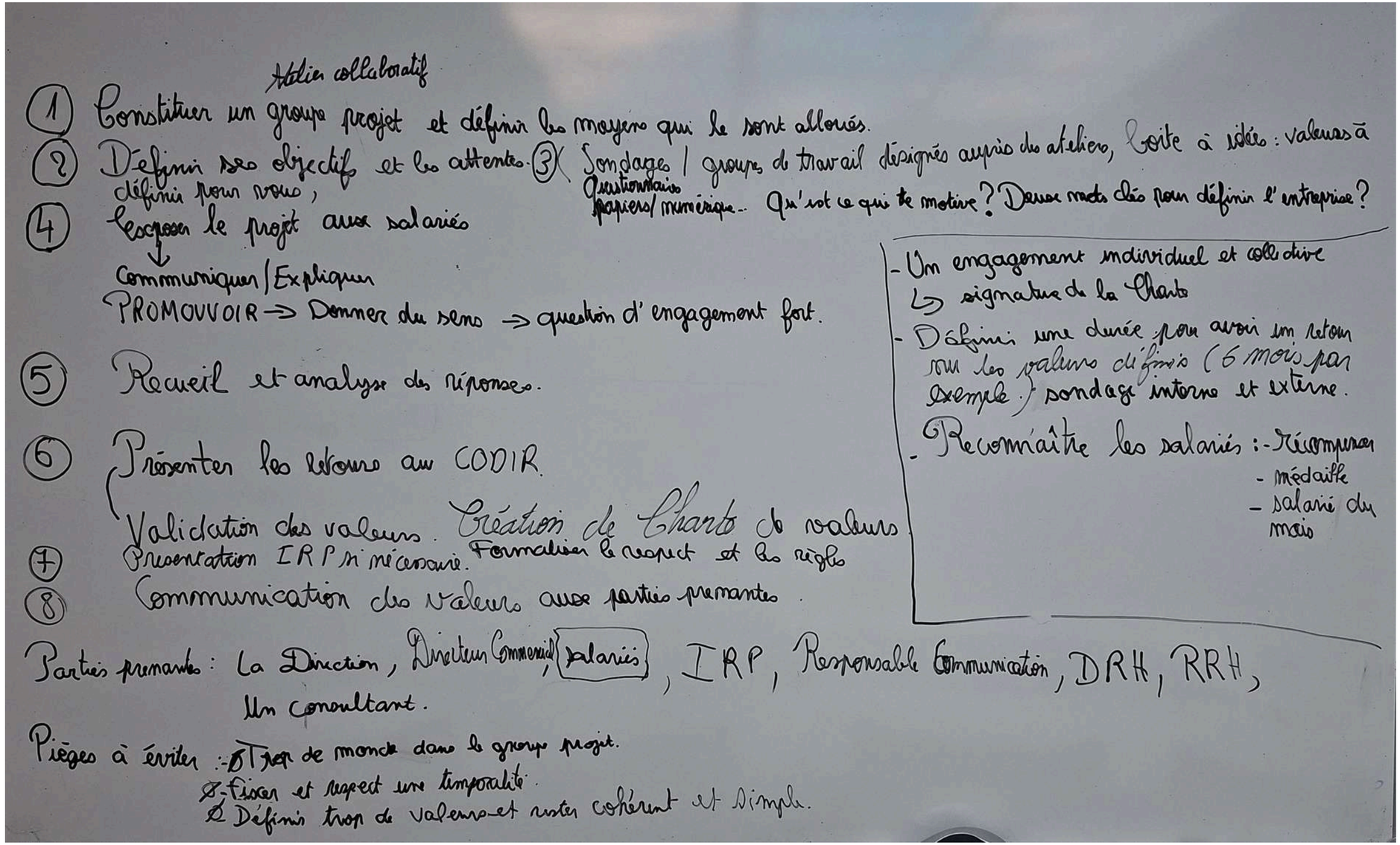
Vous devez produire :

- **L'entreprise volontaire présente :** Contexte/Histoire, Problématique, Stade d'avancement, Blocages, Budget
- **Le groupe et questionne et propose des pistes de valeurs.**
- **Le groupe travaille sur le "comment faire"** : travail avec la direction, collaborateurs, partenaires,..

Dans tous les groupes, vous devez nommer un rapporteur et un maitre du temps !

Marque d'intérêt ©

GROUPE 1 – Formaliser ses valeurs



GROUPE 2 – Faire vivre les valeurs

1- Identifier 3 valeurs
Proximité
Accompagnement
Entre-aide

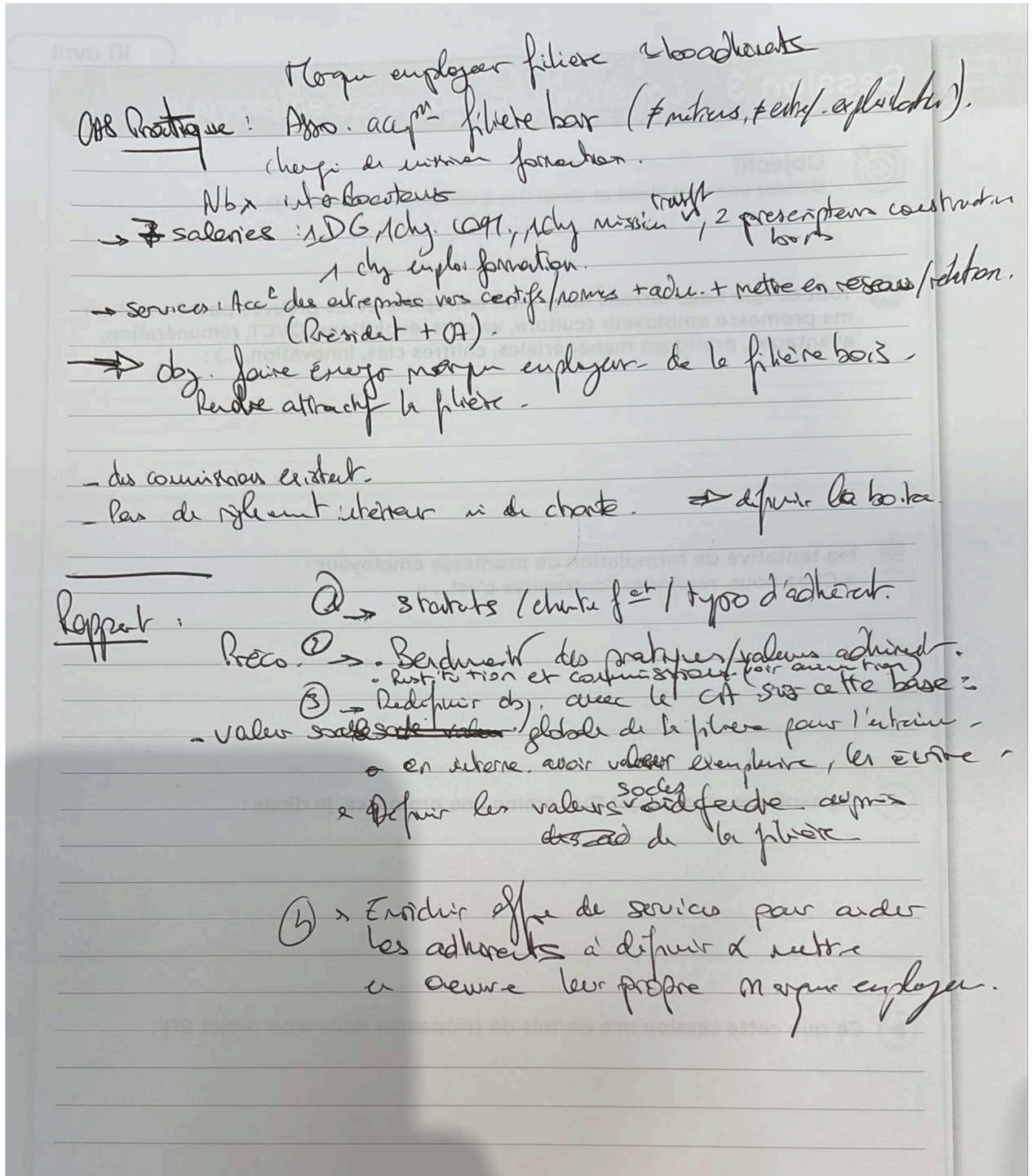
2- Comportements attendus
où ces valeurs sont attendues, à quels moments elles sont appliquées
Proximité : (clients et collaborateurs) mobilité, égalité, liens, communication, disponible, réactif, écoute
Accompagnement : intégration et formation, mentorat
Entre-aide :

3- Comportements inacceptables
Proximité : différenciation de traitement, ne pas s'intéresser aux collaborateurs, ne pas intégrer les nouvelles recrues
Accompagnement : ne pas anticiper et préparer l'intégration d'une personne, ne pas conduire le changement, priver le collaborateur de formation
Entre-aide :

4- Comment mesurer / outils
Proximité : Management, parcours recrutement, site internet, réseaux sociaux, évènements internes
Accompagnement : Rapport d'étonnement, guide/ trame entretien fin de période d'essai (renouvellement période d'essai/ embauche/ non-renouvellement), plan de formations, entretiens
Entre-aide :

5- Exemples de décisions
Rencontre de tous les collaborateurs à l'arrivée d'un collaborateur RH
Renouvellement automatique et non renouvellement exceptionnel des périodes d'essai

GROUPE 3 – CODEV

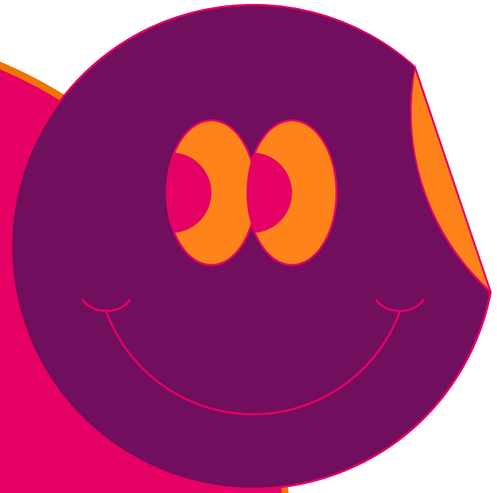


Il est temps de prendre une pause !

⏳ 11h - 11h15



Marque d'intérêt ©



À VOUS LA PAROLE !

⏳11h15 - 11h45

Marque d'intérêt ©


TÉMOIGNAGES

MAISON & SERVICES
entretien du domicile



HR Manager @Maison&Services
Caen - Ouistreham - Evreux - Le Havre

Nos valeurs

MAISON ET SERVICES respecte les mêmes valeurs fortes depuis sa création. Chaque entreprise et chaque salarié adoptent ces mêmes valeurs pour vous offrir la garantie d'un service impeccable à votre domicile.

CONFIANCE

RÉACTIVITÉ

PROXIMITÉ

ECOUTE ET RESPECT

QUALITÉ

PROFESSIONNALISME

TOUT FAIRE LAUNAY



Responsable RH

Nos valeurs :

L'esprit familial à une grande importance à nos yeux, c'est pourquoi nous privilégions les relations humaines.



La convivialité et l'amabilité



La confiance et la proximité



La qualité aux meilleurs prix



La réactivité et le dynamisme

Quelques exemples inspirants

Marque d'intérêt ©

DEJAMOBILE
A MARKET PAY COMPANY

Page carrière



Promesse employeur

Pourquoi rejoindre dejamobile

- Une activité et des produits à la pointe de la technologie et de l'innovation
- Une entreprise en fort développement, notamment à l'international
- Une équipe solidaire, talentueuse et ambitieuse
- Une ambiance dynamique, conviviale et sportive
- Un cadre à la fois naturel et urbain à Caen-la-Mer

Valeurs

Adaptabilité

Nous cherchons continuellement à nous remettre en question afin de faire évoluer notre travail, pour une meilleure adaptation aux besoins des clients et à l'évolution des marchés.
La parole à nos collaborateurs :
• « Se remettre en cause et se former »
• « Etre capable de travailler sur plusieurs projets en même temps »
• « S'adapter à un environnement multiculturel »

Modernité

Nous nous intéressons aux concepts émergents et développons de nouvelles idées afin d'aborder l'avenir avec plus d'audace.
La parole à nos collaborateurs :
• "Essayer de toujours avoir une longueur d'avance"
• "Etre ouvert d'esprit et respecter les opinions de tous"
• "Etre curieux et améliorer nos produits en continu"

Rayonnement

Nous contribuons à faire connaître l'entreprise, en partageant nos réussites et nos valeurs auprès de notre écosystème.
La parole à nos collaborateurs :
• « Etre fier de nos produits : de leur qualité et de leur utilisation au quotidien »
• « Être force de proposition dans son travail »
• « Etre fier de communiquer sur notre histoire, de faire découvrir l'entreprise »

Solidarité

Au quotidien, nous nous entraidons afin de favoriser l'esprit d'équipe et le partage de connaissances.
La parole à nos collaborateurs :
• « Veiller à prendre du temps pour nos collègues quand ils en ont besoin »
• « Etre bienveillant et porter de l'intérêt au travail de l'autre »
• « L'entraide, c'est aussi être solidaire en dehors du travail »

PROMO 2024

Marque d'intérêt ©

RECREA
SMILING PEOPLE

DES VALEURS EN COMMUN

Au-delà de notre raison d'être, nous portons des valeurs de Respect, d'Audace et d'Enthousiasme au cœur de notre fonctionnement. Celles-ci se transmettent aux collaborateurs, mais aussi aux partenaires, aux collectivités et usagers. Elles participent à fonder notre culture d'entreprise.

RESPECT AUDACE ENTHOUSIASME



RESPECT

Nous sommes un groupe respectueux de ses engagements, de la parole donnée. Nous privilégions le dialogue pour grandir ensemble. Le respect implique également notre responsabilité vis-à-vis de la planète et notre rôle d'acteur du développement durable.

DES VALEURS EN COMMUN

Au-delà de notre raison d'être, nous portons des valeurs de Respect, d'Audace et d'Enthousiasme au cœur de notre fonctionnement. Celles-ci se transmettent aux collaborateurs, mais aussi aux partenaires, aux collectivités et usagers. Elles participent à fonder notre culture d'entreprise.

RESPECT AUDACE ENTHOUSIASME



AUDACE

Oser, inventer, transformer, innover. Nous faisons de notre métier un terrain de jeux pour nous dépasser. Notre esprit d'entreprise facilite la prise d'initiative et encourage la persévérance. Nous mobilisons ainsi nos équipes en les entraînant vers des objectifs ambitieux au service des territoires et de leurs habitants.



ENTHOUSIASME

Nous cultivons l'énergie, la générosité et le partage. Un trait de caractère gagnant qui entretient nos succès.

Marque d'intérêt ©



PROMO 2023 ♥

Fanny Tommasi • 1er
Responsable des Ressources Humaines chez WEEECycling ♻
1 mois •

Fière de faire partie d'une entreprise avec des valeurs fortes, WeeeCycling !

WeeeCycling
2 087 abonnés
1 mois • Modifié •

PARTAGER DES VALEURS COMMUNES CHEZ WEEECYCLING 🙏

Depuis plusieurs années, nous proposons des solutions innovantes de recyclage de métaux stratégiques issus à 100% de déchets. Notre mission principale étant de faire évoluer le monde vers une consommation durable à travers l'économie circulaire.

Chez WeeeCycling , nous croyons en quatre piliers essentiels pour réussir nos engagements :

♻ **WEEE REDUCE** : Réduire l'impact carbone de l'activité humaine par l'innovation
🤝 **WEEE HELP** : Œuvrer ensemble avec respect et solidarité
🗣 **WEEE SAY** : Respecter ses engagements et partager ses avancements
💪 **WEEE DO** : Dépassement de soi au service des autres

Ces 4 valeurs nous permettent de rester engagés dans notre mission, de réaliser de solides partenariats ainsi que de favoriser un véritable esprit d'équipe au quotidien.

#WEAREWEEECYCLEUR #WEEECYCLING #NOSVALEURS #ADN

Marque d'intérêt ©

La Qualité

Fabriquer le meilleur produit, offrir le meilleur service et améliorer constamment tout ce que nous faisons. Le meilleur produit est utile, polyvalent, durable, réparable et recyclable. Notre idéal, ce sont les produits régénératifs qui donnent à la terre autant qu'ils prennent.

L'Intégrité

Examiner nos pratiques ouvertement et honnêtement, apprendre de nos erreurs et tenir nos engagements. Nous prônons l'intégrité dans ses deux sens : nos actions correspondent à nos paroles (nous faisons ce que nous disons), et tout notre travail contribue à un tout fonctionnel (notre somme est supérieure à nos parties).

L'Engagement environnemental

Protéger notre planète. Nous faisons tous partie de la planète, et chaque décision que nous prenons tient compte de la crise environnementale à laquelle l'humanité fait face. Nous nous efforçons de réduire notre impact, de partager les solutions et d'adopter des pratiques régénératives. Nous collaborons avec des associations locales et des communautés sur le terrain pour assainir les sols, l'air et l'eau, pour cesser notre addiction aux énergies fossiles, et pour traiter les liens étroits entre destruction environnementale et injustice sociale.

La Justice

Être juste, équitable et antiraciste en tant qu'entreprise et au sein de notre communauté. Nous faisons le travail nécessaire pour créer de l'équité en faveur des personnes historiquement marginalisées et de changer les priorités d'un système économique qui privilégie l'expansion à court terme plutôt que le bien-être individuel et l'épanouissement de tous. Nous reconnaissons les histoires douloureuses, nous mettons en question nos préjugés, nous changeons nos politiques et nous prenons nos responsabilités. Nous aspirons à être une entreprise dans laquelle des personnes de tous horizons, quels que soient leur identité ou leur parcours, peuvent être elles-mêmes et avoir le pouvoir de contribuer et de diriger.

Le Non-conformisme

Faire les choses à notre manière. Notre réussite (et une bonne partie de l'aspect ludique) repose sur l'élaboration de nouvelles manières de faire.

Marque d'intérêt ©

Châteauform'

Nous prenons soin **de nos Talents**

En nous engageant à :

- Permettre à chacun d'être soi-même, pour un collectif riche des différences
- Cultiver un environnement favorable au bien-être et à la sécurité de nos Talents
- Faire grandir nos Talents à travers notre culture de l'apprentissage

Nous prenons soin **de nos Clients**

En nous engageant à :

- Proposer des expériences révélatrices de talents et créatrices de souvenirs
- Accueillir nos participants dans des lieux sûrs et accessibles à tous
- Entretenir des relations transparentes et éthiques avec nos clients

Nous prenons soin **de nos Territoires**

En nous engageant à :

- Promouvoir les achats locaux
- Favoriser le recrutement de proximité et participer à la vie locale
- Entretenir, faire vivre et faire découvrir le patrimoine

Nous prenons soin **du Vivant**

En nous engageant à :

- Eco-concevoir nos événements dans des lieux gérés de manière vertueuse
- Proposer une Table généreuse et responsable
- Engager et accompagner nos parties prenantes pour des rencontres respectueuses du vivant

Marque d'intérêt ©



c’est déjà fini pour ce matin..

mais avant de partir👇

Marque d'intérêt ©

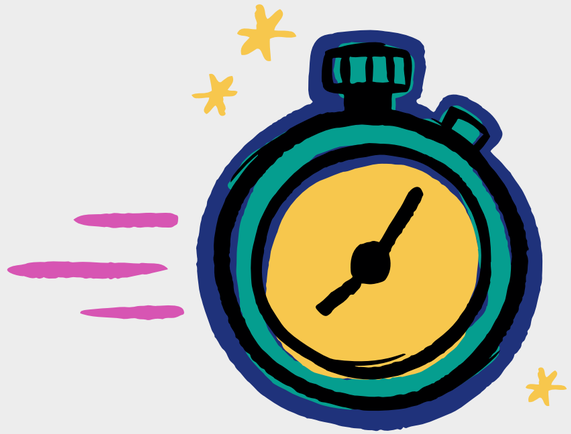
1 Créez un mot-valeur inédit qui mélange deux notions importantes pour vous, votre entreprise ou votre ressenti après cet atelier !

Exemple :
Bravitude (Bravoure + Attitude)
Bienformance (Bienveillance + Performance)
Imaginaction (Imagination + Action)
Collaborience (Collaboration + Expérience)

2 Partagez le nous ! 🤩

Marque d'intérêt ©


Carnet de bord - Promotion 2026
MASTER CLASS RH
Attirez | Recrutez | Intégrez | Fidélisez vos talents !
Cofinancé par l'Union européenne
NORMANDIE
NORMANDIE





1 Transparence

Description : Nous favorisons une communication ouverte et honnête à tous les niveaux.
Preuve : Partage systématique des décisions stratégiques en réunion d'équipe.
Amélioration possible : Créer un espace anonyme pour favoriser le feedback.
Évaluation actuelle : 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9 10.



Marque d'intérêt ©

Prochaine session : 25 Avril 2025

Définir et formuler une promesse employeur claire et authentique

AD NORMANDIE

Reconnue d’utilité normande

Là où les autres s’arrêtent, nos solutions accélèrent

Pour en savoir plus www.adnormandie.fr

RÉGION NORMANDIE

NORMANDIE AGENCE DE DÉVELOPPEMENT