



GALION

VALUES PROCESS

Définir les valeurs de son entreprise
pour accélérer sa croissance



Agathe WAUTIER

CO-FONDATRICE & CEO
GALION 

Garder le cap.

Nous vivons une véritable révolution culturelle du travail : les collaborateurs réclament plus de sens, mais aussi de cohérence et de transparence, dans un monde où le lien avec l'entreprise est remis en question.

Répondre à ces nouvelles demandes par les valeurs d'entreprise éveille toujours le soupçon de brand washing. C'est pourtant tout le contraire : les grands succès entrepreneuriaux vont toujours de pair avec une culture forte, dont les valeurs sont le socle. Bien conçues, assumées et mises en oeuvre, elles permettent de faire le tri entre l'essentiel et l'accessoire, de cultiver sa différence et de garder le cap de sa mission : un enjeu aussi stratégique qu'une levée de fonds ou la conquête d'un nouveau marché.

C'est le constat qu'ont fait les membres du Galion. Ce guide méthodologique est réalisé à partir de leurs retours d'expérience, pour accompagner les entrepreneur.e.s de la Tech dans leur croissance... et faire vivre nos valeurs de partage, de bienveillance et d'ambition !

Créer de la valeur par les valeurs.

Vous pouvez concevoir un produit révolutionnaire, réinventer votre approche commerciale, embaucher les stars de la place... Rien de tout cela ne suffira si votre entreprise ne possède pas une culture bien établie : elle en est l'âme, le socle sur lequel vous bâtirez un projet pérenne, capable de se réinventer au fil de son développement.

Les valeurs sont un des piliers de cette culture. En concentrant l'ADN d'une entreprise, elles forgent son identité singulière, attractive pour les talents comme pour le marché. En définissant un cadre de pensée, elles libèrent les talents tout en garantissant la cohérence des actions.



Frédéric MAZZELLA

PRÉSIDENT FONDATEUR DE
BLABLACAR & CAPTAIN CAUSE

1.

**POURQUOI ET COMMENT
DÉFINIR LES VALEURS
DE SON ENTREPRISE ?**

QU'EST-CE QUE LES VALEURS EN ENTREPRISE ?

Les valeurs sont les principes qui prévalent et guident l'action dans l'entreprise.

Elles constituent un des piliers de sa culture.



Fany PÉCHIODAT

FONDATRICE DE MY LITTLE PARIS,
SEASONLY, LE FILTRE.

“ La culture est plus importante que la stratégie, car elle constitue le facteur différenciant d'une entreprise : on peut tout copier de ton business et de ton produit, sauf ta culture. ”

“ Les valeurs deviennent indispensables dès qu'il y a des strates intermédiaires de management, du télétravail, et qu'on est trop nombreux pour que l'information circule naturellement. ”



Grégory PASCAL

CO-FONDATEUR D'EXTRÊME SENSIO
& SENSIO LABS

L'OBJECTIF : DÉFINIR LE CADRE DE L'ACTION

UN IMPACT DIRECT DANS 3 DOMAINES

RECRUTEMENT

- ▶ Vérifier la compatibilité d'un candidat avec la culture d'entreprise
- ▶ Se différencier pour être plus attractif

MANAGEMENT

- ▶ Donner du sens
- ▶ Cadrer
- ▶ Fluidifier l'information
- ▶ Motiver
- ▶ Fidéliser

PRISE DE DÉCISION

- ▶ Autonomiser les collaborateurs
- ▶ Garantir l'alignement de leurs actions avec la mission de l'entreprise



Frédéric MAZZELLA

PRÉSIDENT FONDATEUR DE
BLABLACAR & CAPTAIN CAUSE

“ Dans une société en forte croissance, dont les dirigeants sont de moins en moins accessibles, les valeurs rendent les collaborateurs autonomes : ils peuvent déduire la solution du cadre de référence défini par les valeurs. ”



Geoffroy GUIGOU

CO-FONDATEUR & COO
DE YOUNITED

“ C’est de la folie de se développer à l’international, et donc d’avoir des collaborateurs répartis dans différentes zones géographiques, sans avoir défini ses valeurs au préalable. ”

QUAND ÉLABORER SES VALEURS ?

LES DÉCLENCHEURS

LA TAILLE : À PARTIR DE 10-15 PAX

Quand l’information ne circule plus naturellement

LE TRAVAIL DÉLOCALISÉ

Quand les collaborateurs sont sur plusieurs sites ou en télétravail

LE DÉPLOIEMENT À L’INTERNATIONAL

Quand l’entreprise devient multiculturelle

COMMENT DÉFINIR SES VALEURS ?

UN PROCESS COLLABORATIF ET ITÉRATIF EN 6 ÉTAPES

Pré-requis : la conviction des fondateurs qu'une culture forte est le socle de la réussite d'une entreprise.

1

LANCEMENT DU PROJET

WHO ?

- Le.s founder.s

HOW ?

- Formalisation de la mission de l'entreprise
- Écoute des équipes sur les premiers choix de valeurs

WHY ?

- Identifier les dysfonctionnements de l'entreprise auxquelles les valeurs doivent répondre

2

COMMUNICATION AUX ÉQUIPES

WHO ?

- Le.s founder.s

HOW ?

- Communication aux équipes du rôle des valeurs dans l'entreprise
- Brief sur les objectifs, le contexte, les enjeux et le process

WHY ?

- Souligner auprès des collaborateurs l'importance stratégique du projet Valeurs, en définir les contours

3

CO-CRÉATION AVEC LES ÉQUIPES

WHO ?

- Le.s founder.s et collaborateurs

HOW ?

- À partir du brief : challenger les valeurs proposées par les fondateurs ou les valeurs existantes

WHY ?

- Permettre l'appropriation des valeurs par les équipes à travers un process de co-création

COMMENT DÉFINIR SES VALEURS ?

UN PROCESS COLLABORATIF ET ITÉRATIF EN 6 ÉTAPES

4

DÉFINITION ET FORMALISATION DES VALEURS

WHO ?

- Le.s founder.s

HOW ?

- Analyse du retour des collaborateurs
- Choix des valeurs de l'entreprise
- Formalisation avec un rédacteur

WHY ?

- Formaliser les valeurs définies de manière percutante, compréhensible, mémorisable

5

CRÉATION DES OUTILS

WHO ?

- Le.s founder.s et collaborateurs

HOW ?

- Création des outils et process

WHY ?

- Rendre les valeurs opérationnelles et tangibles pour les équipes

6

COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE

WHO ?

- Le.s founder.s et collaborateurs

HOW ?

- Présentation à l'ensemble des équipes
- Diffusion en interne et en externe : culture book, site web, on-boarding

WHY ?

- Rendre les valeurs connues de tous (interne et externe)

UN PROJET STRATÉGIQUE

LES CONDITIONS DE LA RÉUSSITE

DES VALEURS CO-CRÉÉES

Nées de la conviction des fondateurs, les valeurs sont le produit d'une démarche collaborative qui permet aux équipes de se les approprier.

DES VALEURS POUR TOUS

Chacun doit pouvoir trouver dans les valeurs de l'entreprise une résonance, quels que soient son métier et son profil.

L'usage de l'anglais pour formuler les valeurs crée un langage commun. Cependant, la traduction du texte explicatif dans la langue de chaque pays d'implantation permet une meilleure compréhension et adhésion par les équipes.

DES VALEURS INCARNÉES

Elles doivent trouver une application concrète dans des outils et des process et aider ainsi les équipes dans leur travail au quotidien.

DES VALEURS FORMALISÉES

La définition des valeurs implique les équipes communication plus que les RH, car leur assimilation par les collaborateurs dépend d'une formalisation percutante et d'une diffusion efficace.

DES VALEURS VIVANTES

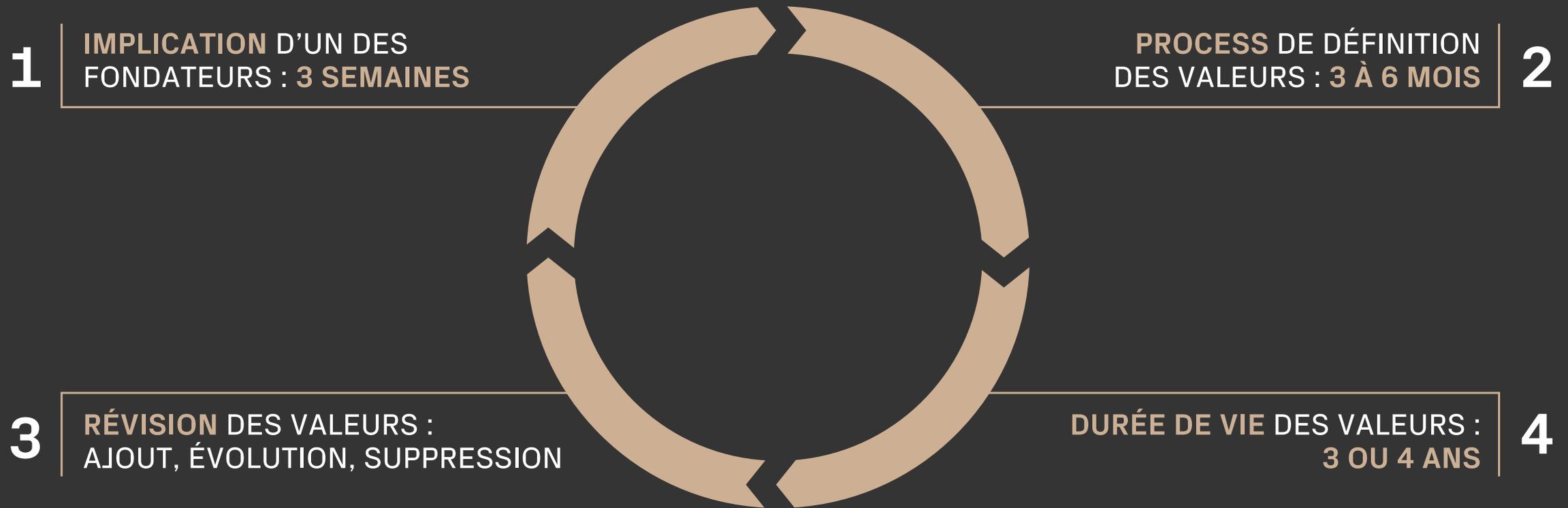
Les valeurs sont pérennes car elles correspondent à l'ADN de l'entreprise, mais elles évoluent pour accompagner son développement.

2.

**MISES EN
APPLICATION**

LE CYCLE DE VIE DES VALEURS

UN PROJET RÉCURRENT





Jonathan AZOULAY

FONDATEUR DE TALENT.IO

- Plateforme innovante de mise en relation entre développeurs et entreprises Tech
- Créé en 2015 - 160 salariés
- Valeurs définies en sept. 2016

“ Les valeurs permettent de savoir si ce que l’on fait est bien ou non, de définir une façon de fonctionner, de fixer les règles dans l’entreprise. Cela donne un cadre de référence aux collaborateurs ”

LA CRÉATION D’UNE VALEUR

EXEMPLE DE TALENT.IO

PROBLÉMATIQUE

Un problème de communication, de compréhension et de respect mutuels entre les équipes de différents métiers.

CO-CRÉATION D’UN OUTIL

Un process de gestion des conflits, défini par les équipes et les dirigeants et fidèle à la vision de l’entreprise.

FORMALISATION

du process porté par une valeur intitulée « Trust the team ».

DIFFUSION

à l’ensemble des équipes.

LES OUTILS ASSOCIÉS À UNE VALEUR

EXEMPLE DE AB TASTY

UNE VALEUR

L'esprit d'équipe.

LES OBJECTIFS

Casser les silos, faciliter la communication et favoriser une bonne ambiance en développant la connaissance mutuelle des salariés pour renforcer la cohésion et la bienveillance.

LES OUTILS ASSOCIÉS

Les team buildings : chaque département dispose d'un budget dédié pour organiser fréquemment des activités pour son équipe ou avec d'autres équipes.

« **Les hi-five** » hebdomadaires : un moment de partage pour faire circuler l'information, où chaque équipe dit en 2mn ce qu'elle a fait la semaine précédente.

L'**onboarding** : organisé mensuellement pour tous les newbies au siège et ponctué de moments d'échanges, il permet de créer des liens entre membres de différentes équipes.



Alix DE SAGAZAN

FONDATRICE DE AB TASTY

- Plateforme qui permet aux équipes Marketing, Technique et Produit de tester et valider leurs idées pour améliorer les KPIs de l'entreprise tout en accélérant la mise en production
- Créée en Juin 2012 - 300 salariés
- Valeurs définies en 2015

« Encourager l'esprit d'équipe a de vraies conséquences sur le business en favorisant une meilleure ambiance, une meilleure communication, une plus grande implication et donc une productivité accrue. »



Frédéric MAZZELLA

PRÉSIDENT FONDATEUR DE
BLABLACAR & CAPTAIN CAUSE

- Leader mondial du co-voiturage
- Créé en 2004 - 700 salariés
- Valeurs définies en 2013

“ L’essentiel est d’incarner et de faire vivre les valeurs. C’est pourquoi on a développé des process associés à chacune d’entre elles. Ainsi, chaque valeur a sa propre façon d’exister. ”

LES OUTILS ASSOCIÉS À UNE VALEUR

EXEMPLE DE BLABLACAR

UNE VALEUR

Share more. Learn more.

LES OBJECTIFS

Développer une culture collaborative à travers le partage des connaissances et des expériences.

LES OUTILS ASSOCIÉS

BlaBlaTalks : une fois par mois, une équipe présente son travail à l’ensemble des collaborateurs, en partageant les succès comme les échecs, pour développer la compréhension mutuelle des équipes.

BlaBlaShare : les collaborateurs partagent leurs actualités, leurs apprentissages et leurs idées sur le blog interne de l’entreprise pour améliorer la circulation de l’information.

EXPLICITER LES VALEURS

POUR QUE LES VALEURS SOIENT COMPRISES DE TOUS,
ELLES DOIVENT ÊTRE FORMULÉES DE LA MANIÈRE SUIVANTE :

UNE FORMULE COURTE, PERCUTANTE

Une formule qui reste en mémoire : « Make it simple »,
« No limit ».

UN TEXTE EXPLICATIF

Pour expliciter la vision que la valeur défend.

UNE VALEUR ASSOCIÉE

La valeur en question : « simplicité », « ambition »

EXEMPLE D'APPLICATION

Citation client, citation d'un collaborateur, fait marquant
dans l'entreprise...



Geoffroy GUIGOU

CO-FONDATEUR & COO
DE YOUNITED

- ▶ Leader européen du crédit instantané
- ▶ Créé en 2012 - 600 salariés
- ▶ Valeurs définies en juin 2016

“ **Les valeurs, c’est une façon
d’exécuter la vision. Il est essentiel
qu’ellesoient formalisées de façon
synthétique,diffusable.**

**L’enjeu est de les rendre
compréhensibles par des tiers.**”

BIBLIOGRAPHIE

« Delivering happiness »

TONY HSIEH, FONDATEUR DE ZAPPOS

« The Culture Code »

DANIEL COYLE

« Don't fuck up the culture »

BRIAN CHESKY, FONDATEUR DE AIRBNB

« Make your values mean something »

PATRICK M. LENCIONI, HARVARD BUSINESS REVIEW



Créé en 2015 par Jean-Baptiste Rudelle (co-fondateur de Criteo) et Agathe Wautier, **The Galion Project** rassemble aujourd'hui plus de 450 entrepreneur.e.s autour d'une ambition commune :

faire de la France et de l'Europe l'écosystème le plus attractif au monde pour les entrepreneurs.