



Institut
des Sciences
de la Personnalité

Cartographier la culture et les valeurs d'une organisation

*Entreprises, institutions, start-ups,
ONG, fondations, associations...*



Mesurer l'impact des changements sur les attentes de toutes les parties prenantes de l'organisation

Accompagner les transitions de paradigme sociétal, écologique, stratégique et financier

Aligner raison d'être, mission, leadership, valeurs, histoire, culture, structure et comportements

Pourquoi cartographier la culture et les valeurs d'une organisation ?

Parce que la crise COVID-19 expose au grand jour un bouleversement radical de nos conditions de vie et de travail.

- **Que signifie la crise du COVID-19 ?** Plus qu'un changement radical entre un "monde d'avant" et un "monde d'après", elle a été un révélateur. Les **conditions dans lesquelles nous vivons et nous travaillons ne sont plus les mêmes** que celles qui ont créé les structures et les cultures d'organisation les plus répandues aujourd'hui. Une **croissance démographique exponentielle**, des échanges planétaires **complexifiés** et **interdépendants**, un environnement **naturel** qui n'offre plus les mêmes **ressources** qu'avant, le tout au sein d'un environnement **technologique** inédit : voilà les mutations profondes, à l'œuvre depuis les années 1950, dont le virus a montré l'étendue.
- Les dispositifs d'accompagnement (**coaching, formation...**) voire de transformation (**changement de modèle, mission, raison d'être...**) devront nécessairement tenir compte, à la fois dans les prochains mois et à plus long terme, de cette « nouvelle donne » pour l'organisation et ses membres : les **nouvelles attentes** suscitées mais aussi les **ressources disponibles pour s'adapter au changement**. Il est donc essentiel de les **mesurer**, les **comprendre** et les **intégrer**, avec **objectivité et neutralité**.
- La manière dont l'organisation **réagit et s'adapte** - ou non - à ces nouvelles conditions de vie et de marché dépend essentiellement de sa **culture** : c'est cet **ensemble complexe et mouvant** que nous vous proposons de mesurer et d'analyser en **amont** et/ou en **complément** de vos interventions.



Avec quels objectifs ?

Lorsque l'organisation souhaite (re)travailler sur sa raison d'être, sa stratégie, sa marque employeur, sa communication interne et externe :

- Pour mettre les mots justes sur l'histoire, la mission, les valeurs, le projet, et ce qui fait la personnalité unique de l'organisation,
- Pour gagner en impact et en authenticité vis à vis de ses collaborateurs, clients, partenaires, prospects, futurs talents.

En amont d'un programme de transformation ou de développement de compétences spécifiques :

- Intégration de nouvelles équipes, diversité, innovation, sécurité, bien-être au travail, rétention et développement des talents, nouveau modèle managérial,
- Pour clarifier les objectifs, les intentions, et le discours,
- Pour anticiper les résistances à dénouer, ainsi que les leviers d'engagement à mobiliser,
- Pour identifier les actions et outils d'accompagnement qui seront vraiment efficaces, clarifier et cibler le cahier des charges en coaching, formation ou conduite du changement, gagner du temps et de l'argent.

Lorsque des programmes déjà mis en place ne donnent pas les résultats espérés :

- Pour comprendre où se situent les écarts entre objectifs, intentions, discours, et réalité,
- Pour identifier les points de blocage et les non-dits entre les différentes parties prenantes,
- Pour ajuster les actions et dénouer les résistances.



Nos outils :
les questionnaires
Spiral Dynamics



Nous travaillons en collaboration avec les experts **Value Match**, basés aux Pays-Bas, et qui développent depuis 15 ans des **outils de mesure des systèmes de valeurs et cultures d'organisations** basés sur le modèle **Spiral Dynamics**.

Nous faisons partie de la **communauté des 200 praticiens Value Match opérant dans 18 pays** ; à ce titre nous sommes accrédités pour utiliser les questionnaires Value Match en France, et bénéficions d'un **réseau mondial d'échanges et d'expertises**, pour suivre au plus près les évolutions complexes de nos sociétés, communautés et organisations.



Spiral Dynamics est un modèle puissant d'analyse des **valeurs profondes individuelles et collectives** : né des recherches du Pr Graves entre 1950 et 1980, développé par Don Beck et Chris Cowan depuis les années 80, il est appliqué aussi bien dans le champ **professionnel, social, politique ou géopolitique**.

Spiral Dynamics a largement inspiré les travaux d'auteurs comme Ken Wilber ou Frédéric Laloux.

Les questionnaires Value Match cartographient avec précision :

- les **systèmes de valeurs** présents dans l'organisation, et les **motivations profondes** des différentes parties prenantes,
- les **réactions aux changements** de conditions de vie ou de travail, les **ressources** psychologiques disponibles et le **format d'accompagnement nécessaire**,
- la manière dont les **valeurs profondes se comparent à la culture collective**, et les **changements souhaités** par rapport à l'existant : leadership, vision stratégique, structure, communication, prise de décision, gestion des conflits et des crises, responsabilité, rétribution, évolution professionnelle.



A photograph of a lush green tea plantation on a hillside. In the foreground, there is a small, traditional hut with a thatched roof supported by several wooden pillars. The tea bushes are arranged in neat, terraced rows that follow the contours of the hill.

Une méthodologie adaptée au travail à distance

Ethique

- **Transparence** : ce que nous faisons est clairement annoncé aux équipes et aux partenaires, nous ne collectons pas ces informations à l'insu des personnes concernées ou sous un faux prétexte.
- **Confidentialité** : aucun élément personnel (ou spécifique permettant d'identifier la personne) confié lors des entretiens individuels ne sera restitué dans l'analyse.
- **Neutralité** : nous menons cette phase de collecte en binôme, afin de réduire les risques de biais subjectifs en croisant et vérifiant régulièrement nos informations, perceptions et compréhensions.

1 - Cadrage

1 à 2 jours

- Entretiens avec les donneurs d'ordre
- Choix et clarification de la problématique à traiter

2 - Collecte des données

5 à 10 jours

- Entretiens individuels visio ou téléphone avec dirigeants, managers, collaborateurs, clients, fournisseurs, prestataires, anciens collaborateurs... (selon contexte et demande)
- Questionnaires individuels
- Si le format présentiel est possible : ateliers collectifs





3 - Analyse de la culture et des systèmes de valeurs 3 à 5 jours

Nous traitons l'ensemble des données recueillies et rédigeons un rapport complet, construit pour répondre à la problématique choisie, et qui pourra comporter tous ou quelques-uns des chapitres suivants :

- **Positionnement sur le Cycle de vie des organisations**
A partir de son histoire et des éléments recueillis, nous identifions la phase de vie dans laquelle le client se trouve. Nous comparons ses problématiques avec celles des organisations situées dans la même phase de vie et mettons en perspective les schémas d'évolution et de transformation possibles, avec une approche prospectiviste.
- **Décodage des systèmes de valeurs et de la culture actuelle de l'organisation**
Thème central de motivation et d'engagement, style de leadership souhaité, interactions collectives recherchées, comportements implicitement attendus, ce qui choque, n'est pas acceptable ou fait peur. Interactions entre les différents systèmes de valeurs, de l'indifférence à la coopération ou au conflit, changements souhaités.
- **Propositions d'actions à mener :**
 - **Raison d'être, stratégie, marque employeur, communication :** synthèse des axes forts à décliner, thèmes, mission, valeurs, histoire, expériences, sémantique et éléments de discours.
 - **Avant et après un programme de transformation**
Propositions d'actions ciblées pour conduire la transformation souhaitée : rôle et posture de l'équipe dirigeante ou du fondateur, management, communication, cohésion d'équipe, formation et accompagnement des acteurs du changement, adaptation des processus et de l'organisation.

Qui sommes nous ?

Marie-Noëlle Borel

Analyste cultures d'organisations
Co-fondatrice de l'Institut des
Sciences de la Personnalité



- 8 ans d'expérience en coaching individuel, profils de personnalité, conseil auprès de comités de direction pour la transformation et l'évolution des organisations, formations managériales, accompagnement interculturel, entrepreneuriat,
- 20 ans d'expérience en management d'équipes et de projets internationaux, RH & Finance, en France et dans 30 pays - Europe Centrale et Orientale, Afrique, Moyen-Orient, Asie,
- Certifications : Spiral Dynamics, Cultural Orientations Framework, MBTI, Ennéagramme, Langage non-verbal.



Marguerite Grandjean

Prospectiviste, conférencière, coach
Consultante partenaire de l'Institut des
Sciences de la Personnalité

- 10 ans d'expérience en prospective et analyse stratégique dans des environnements très différents - entreprises privées, institutions, ONG, écosystèmes d'entrepreneurs - en France et aux Etats-Unis,
- Diagnostic culturel, communication agile, pratiques de coopération, développement d'écosystèmes et partenariats, coaching de transitions professionnelles,
- Experte auprès de la Commission Européenne en prospective et nouvelle économie depuis 2014,
- Certifications : Spiral Dynamics, MBTI.

Dans le cadre de missions ou projets spécifiques, nous nous appuyons également sur l'expertise de notre réseau de consultants partenaires.



Nos références

Les associés et consultants partenaires de l'Institut accompagnent depuis de nombreuses années toutes sortes d'équipes, managers, entrepreneurs et dirigeants. Ils disposent également d'une expérience professionnelle reconnue dans tous les domaines de l'entreprise : stratégie et prospective, finance, RH, business développement, SI, marketing, commercial, communication.





L'Institut des Sciences de la Personnalité

Notre Institut de formation et de recherche se situe à la croisée de plusieurs sciences sociales : **psychologie, sociologie, communication, histoire, économie comportementale, et sciences de gestion.**

Nous étudions les **profils de personnalité** – Ennéagramme, MBTI – et par extension la **culture et les valeurs profondes** – Orientations Culturelles, Spiral Dynamics – des différents groupes sociaux que nous formons tout au long de notre vie : **famille, équipe professionnelle, entreprise, association, nation, communauté...**

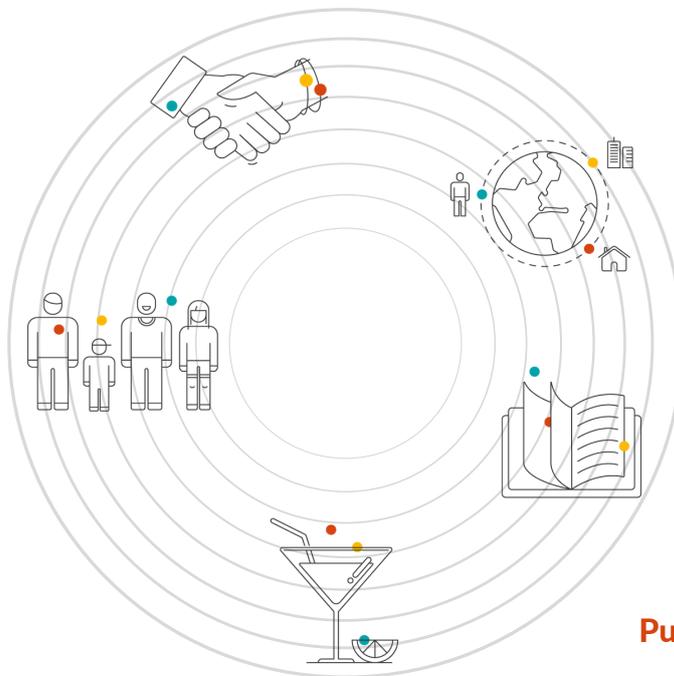
Nos **formations et séminaires** en Ennéagramme et MBTI sont ouverts à tous : **particuliers, salariés, étudiants, managers, dirigeants, entrepreneurs, ou professionnels de l'accompagnement.**

Nos expertises en Orientations Culturelles et Spiral Dynamics sont accessibles à toutes les organisations souhaitant travailler sur leurs **valeurs d'entreprise, leur mission ou raison d'être** : **secteur privé et public, ONG, associations, fondations, think tanks...** et à tous les acteurs des **transformations écologiques, sociétales, stratégiques ou financières.**



Formations Inter, à Paris et à distance

- Ouvertes à tous : particuliers, salariés, étudiants, managers, entrepreneurs, professionnels de l'accompagnement,
- Modèles de personnalité en psychologie appliquée : MBTI, Ennéagramme,
- Ateliers thématiques : famille, couple, parentalité, développement personnel.



Séminaires Intra-Entreprises

- Création et démarrage d'une entreprise ou organisation,
- Croissance et cohésion d'équipes,
- Leadership & Cultures.

Audits Cultures et Valeurs pour les Organisations

- Soutien des programmes diversité, inclusion, marque employeur, recrutement, talent management, leadership...
- Préparation d'une acquisition, fusion ou intégration de société
- Contribution aux transitions écologiques, sociétales, stratégiques, financières.

Publications

- MuaToaNu, Le Magazine des Sciences de la Personnalité (trimestriel)
- Projets de recherche,
- Articles et interviews.

Événements

- Conférences,
- Soirées et journées Découverte,
- Soirées trimestrielles pour la sortie du Magazine des Sciences de la Personnalité.



Restons en contact !



<https://institut-sciences-perso.fr>



hello@institut-sciences-perso.fr



[institut-sciences-perso-hpei](https://www.linkedin.com/company/institut-sciences-perso-hpei)



[enneagram.fr](https://www.facebook.com/enneagram.fr)

