# Etudes de cas

Partie 1 : Collet Alexandre, Bar Augustin, Cocagne Paul

Partie 2 : Xiaodong Chen, Bafon Kevin, Bohard Maxence, Philippe Lucas

# Partie 1 : Le groupe Bouygues : une histoire et un dirigeant, Francis Bouygues

# Qu’est-ce que la culture de l’entreprise ?

A : Ces valeurs montrent une image de marque de l’entreprise, permettent d’attirer les clients en donnant un aspect, une représentation de l’entreprise de par ses valeurs.

B : Les déterminants de la culture de l’entreprise sont :

* Les symboles comme les logos et les slogans
* Les rites
* Les mythes, légendes, et les histoires
* Les héros

C :

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Symboles | Rites | Mythes | Héros |
| Mise en place d’un journal interne, le Minorange 🡪 Promouvoir la communication au sein de l’entreprise | Envoi du journal interne au domicile des employés 🡪 **Intégration de l’entreprise en sein de la vie de l’employé, promotion de l’entreprise aux membres de la famille** | Francis Bouygues a créé une institution, pour fidéliser les employés 🡪 **Respect de ses employés et sentiment d’appartenance à un groupe** | Francis Bouygues, fondateur de l’entreprise. Symbole et héros des nombreuses légendes appuyant les valeurs de l’entreprise. Attribution de nombreuses valeurs. |
| Couleur orange des équipements de chantier reprise comme symbole du journal 🡪 Reconnaissance des employés aux travaux manuels, diffusion au sein de toute l’entreprise et symbole d’unification d’une catégorie de travailleurs | Célébration des décennies d’ancienneté 🡪**Reconnaissance de l’implication des employés (respect)** | Mise en place des salaires mensualisés, de la rémunération au mérite, des assurances décès, des repos payés le samedi 🡪 **Promotion des valeurs de respect (employés et famille) et du bien-être. Valorisation de la performance.** |  |
| Mise en avant de la famille dans l’institution des « compagnons » 🡪 Bien être et intégration de l’entreprise dans la vie privée des employés |  |  |  |
| Tenue bleu « Bugatti » et étoiles sur la tenue des anciens compagnons 🡪 Respect et mise en avant de l’ancienneté |  |  |  |

Réponse Comment définir la culture d’entreprise :

La culture d’entreprise est l’ensemble des mouvements, comportements et avantages mis en place afin de promouvoir des valeurs positives bénéfiques à l’image de l’entreprise.

# La culture de l’entreprise, un outil de management pour l’entreprise.

1. La culture de l’entreprise est au service de la stratégie à travers notamment de la vision concernant le développement de celle-ci. La culture de la fidélisation des employés ainsi que celle de l’entreprise grâce aux symboles, à son histoire, permettent également de solidifier la base de l’entreprise et de l’exporter que ce soit au niveau personnel des employés (famille) ou au niveau du marché où elle peut montrer une image forte.
2. Les limites de la culture en tant qu’outil de management peuvent provenir tout d’abord des différences d’objectifs des employés au sein même de l’entreprise qui peuvent entraîner des conflits. Mais également des importations diverses du capital des individus. En effet, leur histoire, leurs habitudes peuvent rendre difficile l’assimilation de la culture de l’entreprise.

Q3 : La culture d’entreprise Bouygues a favorisé et favorise encore la stratégie et la performance du groupe grâce à une culture de développement basée sur l’innovation et la diversification et donc de pouvoir s’adapter aux variations des marchés et qui a été une stratégie payante. Mais aussi grâce à la culture de fidélisation et d’adhésion des employés ayant pour but qu’ils acquièrent des qualités morales et professionnelles et qu’ils se sentent considérer et fier, le tout permettant de montrer une image valorisante de l’entreprise et d’eux-mêmes auprès de leur famille et du monde.

# Partie 2 : le groupe Bouygues la motivation et l’implication des salarié

## S1 : La motivation et ses déterminants

A  :

1. Le lien entre la motivation et l’effort est l’objectif. Un objectif précis, dont on sait ce qu’il va apporter de façon concrète et qui ne semble pas inatteignable. C’est la motivation créée par cet objectif qui va faire naitre l’effort, la motivation disparait si la légitimé de l’objectif elle aussi disparait, il faut que le ratio effort – récompense reste équilibré.  
   « En effet personne n’est prêt à faire d’effort sans avoir la conviction qu’il n’est capable de réussir »
2. La motivation va dépendre de plusieurs critères chez l’individu :
   * + 1. Sa confiance en lui ou son anxiété, certain sont plus facilement motivable que d’autre.
       2. Des valeurs personnelles de la personne et de l’adéquation des récompenses et des objectifs avec celles-ci.
       3. Sa perception de lui-même dans le groupe, le reconnait -on ?
3. Comme dit précédemment, la motivation dépend principalement de l’objectif, et de l’importance qu’on lui attache ainsi qu’à la récompense. Mais nos besoins variant dans le temps, nous n’attachons pas toujours la même valeur aux mêmes choses suivant les périodes. La motivation est donc évolutive, dynamique.
4. La motivation est ce qui va permettre l’effort initial, mais la sachant donc dynamique, il en est tout autant pour l’effort, pour les performances qui vont donc varier suivant les périodes et les valeurs changeantes de chacun.

## S1 : L’approche des théoriciens des organisations

A :

1. Le Taylorisme voit l’individus comme un outil, mécanique, qui effectue une procédure et dont la seule motivation est le salaire.  
   Mayo, lui, montre que l’individu est sensible à l’attention qu’on lui porte. Peut-être même plus qu’à la réelle modification de ses conditions de travail.

C’est l’effet Hawthorne.

1. Selon Maslow la conduite humaine est directement liée à la satisfaction de besoins, c’est un instinct biologique, instinctif. Ces besoins sont ensuite énumérés dans sa figure de Pyramide

B :

1. Selon Herzberg tous les facteurs ne sont pas source de motivation, par exemple les facteurs tels que les conditions de travail, l’hygiène la rémunération etc. S’ils ne sont pas présents vont créer de l’insatisfaction mais au contraire s’ils sont présents, ce n’est pas pour autant qu’ils créeront de la satisfaction. Pour Herzberg les facteurs de motivation sont surtout liés au contenu du travail (autonomie, responsabilités etc.).
2. Pour impliquer les salariés il faut répondre à leurs besoins en matière de contenus du travail, une évolution professionnelle, des responsabilités, une autonomie…Bref, rendre le travail intéressant et stimulant.
3. Les travaux D’Herzberg sont complémentaires de ceux de Maslow et D’Elton Mayo car ce premier indique qu’il faut s’intéresser aux employés et le second qu’il faut satisfaire les besoins primaires secondaires etc. En mixant les deux nous obtenons le bon équilibre de la satisfaction d’un employé.

C1 :

Les politiques mises en place par Bouygues pour motiver ses salariés sont claires : l’entreprise s’intéresse à ses salariés en leur proposant notamment des formations afin d’intégrer les valeurs de l’entreprise mais aussi de les faire monter en compétence. Elle permet aussi d’offrir aux salariés une ouverture sur le monde en leur proposant des voyages à l’étranger afin de leur donner des opportunités professionnelles pour leur permettre d’évoluer.

C2 :

La politique choisie par Bouygues arrive à concilier les conflits d’intérêts entre les acteurs. En effet l’entreprise effectue un entretien individuel à la fin de chaque année afin de faire le bilan de performances et d’attribuer des objectifs et de donner des primes en fonction. Pour motiver un groupe d’individu à travailler ensemble, des primes sur les performances du groupe peuvent être fixées avec différents objectifs.