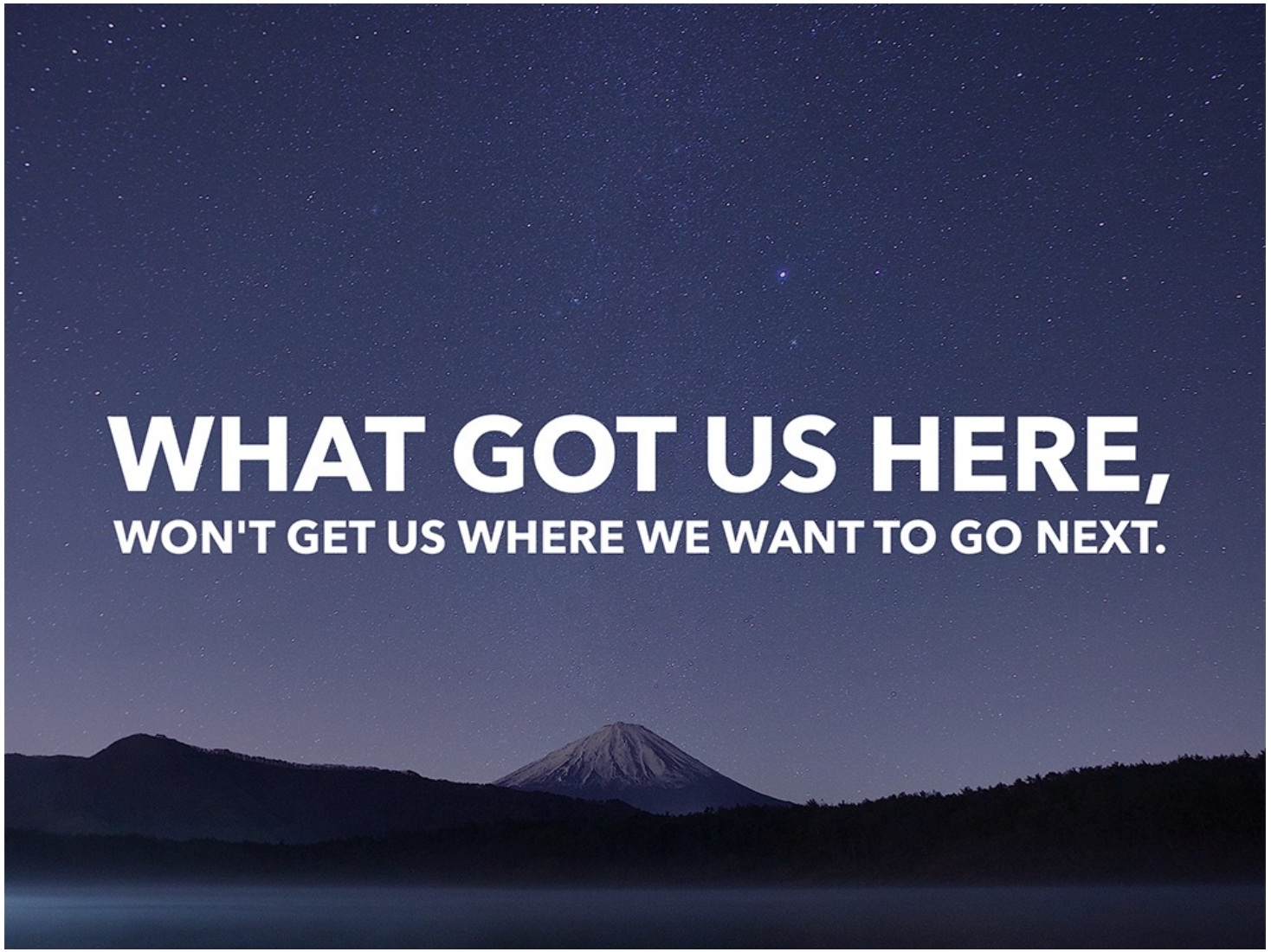
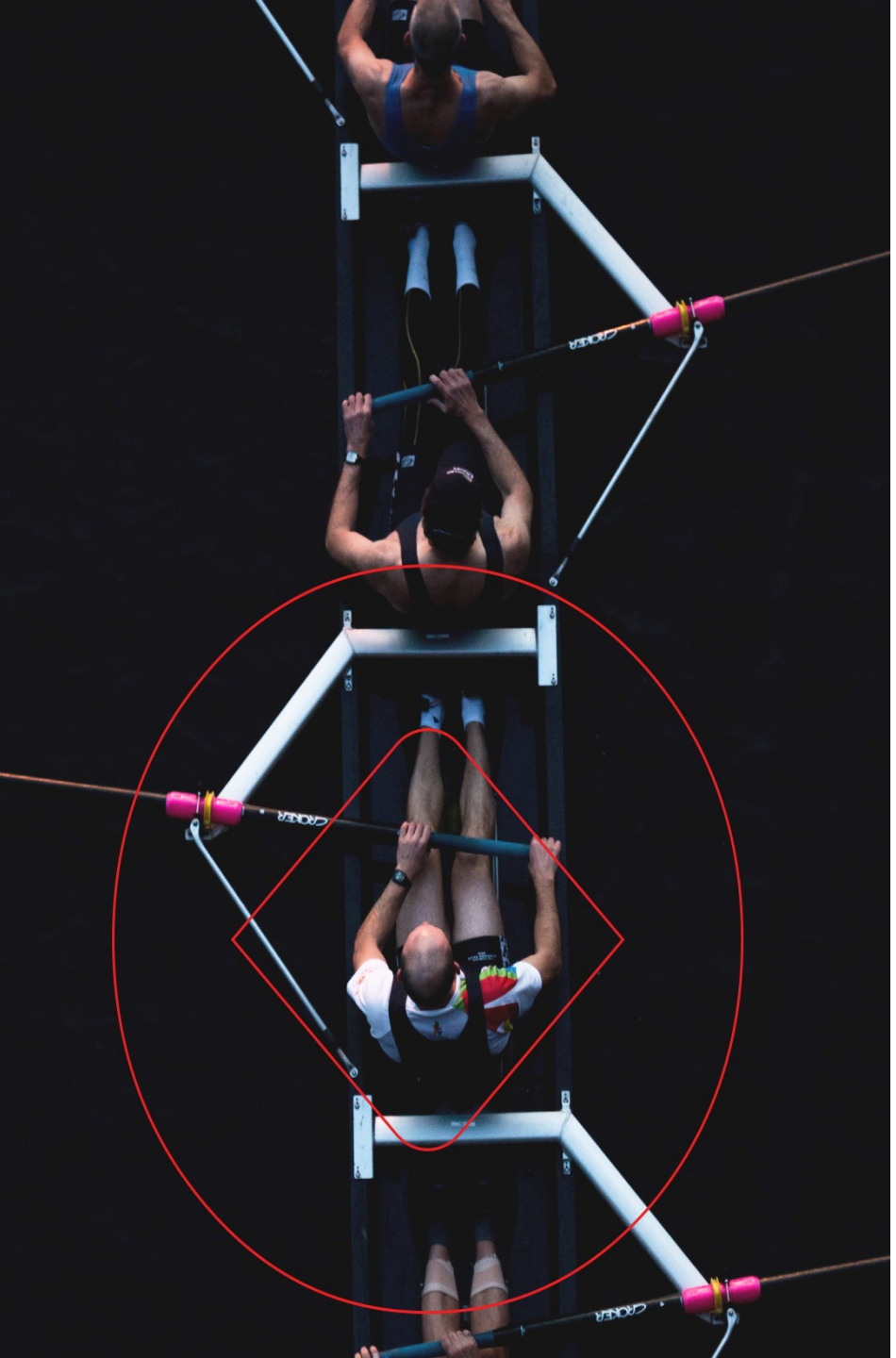
LA GESTION PAR LES VALEURS

Comment vivre vos valeurs peut libérer le potentiel de votre culture

SPORT LAW

We know sport.


WHAT GOT US HERE,
WON'T GET US WHERE WE WANT TO GO NEXT.



RAISON D'ÊTRE

« Les gens ont un besoin fondamental de valeurs directrices et d'une raison d'être qui donnent un sens à leur vie et à leur travail. Plus que jamais dans le passé, les employés exigeront que les organisations auxquelles ils sont liés représentent quelque chose. »

James Collins et Jerry Porras,

Built to Last (1994)

SPORT LAW

POURQUOI MAINTENANT ?

SPORT LAW

- Affaires du sport : La nature changeante du bénévolat et la professionnalisation du sport signifient que nous avons besoin de méta-compétences pour conserver notre pertinence.
- Pandémie : Lieu de travail numérique et virtuel qui exige plus d'agilité et de confiance.
- Choc des valeurs : Le désir de pratiques éthiques, de RSE et d'approches axées sur l'humain se heurte à des histoires d'abus, de népotisme, de violations des droits de l'homme et de manque de transparence.
- Gestion des risques : La nécessité d'une plus grande atténuation des risques au-delà de ce que le sport est actuellement capable de faire
- Leadership : Besoin de leaders émotionnellement intelligents, capables à la fois d'inspirer la confiance et d'exiger l'excellence ... la prochaine génération ne veut pas être gérée ... elle veut être inspirée.

ORGANISATIONS SPORTIVES EFFICACES

- Dispose du bon modèle de **gouvernance** pour atteindre les objectifs stratégiques
- Dispose de **plans stratégiques et financiers** pertinents qui sont approuvés, suivis, partagés et mis à jour
- Dispose de moyens pour **communiquer stratégiquement** avec ses principales parties prenantes
- Dispose de **politiques** actualisées qui répondent aux attentes **légales et éthiques**
- Dispose d'une **gestion des risques** intégrée dans leur prise de décision à tous les niveaux
- Dispose d'une **culture** forte, basée sur des **valeurs partagées**

- La culture mange de la stratégie au petit-déjeuner - Peter Drucker
- La culture mange du sport au petit-déjeuner, au dîner et au souper

QU'EST-CE QUE LA GESTION PAR LES VALEURS?

- La gestion par les valeurs (GPV) est une **évolution** passionnante des théories de gestion qui aborde l'**environnement complexe** auquel les organisations sont confrontées dans le but explicite d'inviter des pratiques **humanistes** parallèlement à la réalisation des objectifs déclarés.
- La gestion par les valeurs est une philosophie qui consiste à gérer la **culture** de l'entreprise, en la **renforçant** jour après jour, en vivant les **valeurs** de l'organisation.
- La gestion par les valeurs **évalue les répercussions** de l'organisation au-delà des médailles et de l'argent ... elle tient aussi les dirigeants responsables de la manière dont ces objectifs sont atteints.

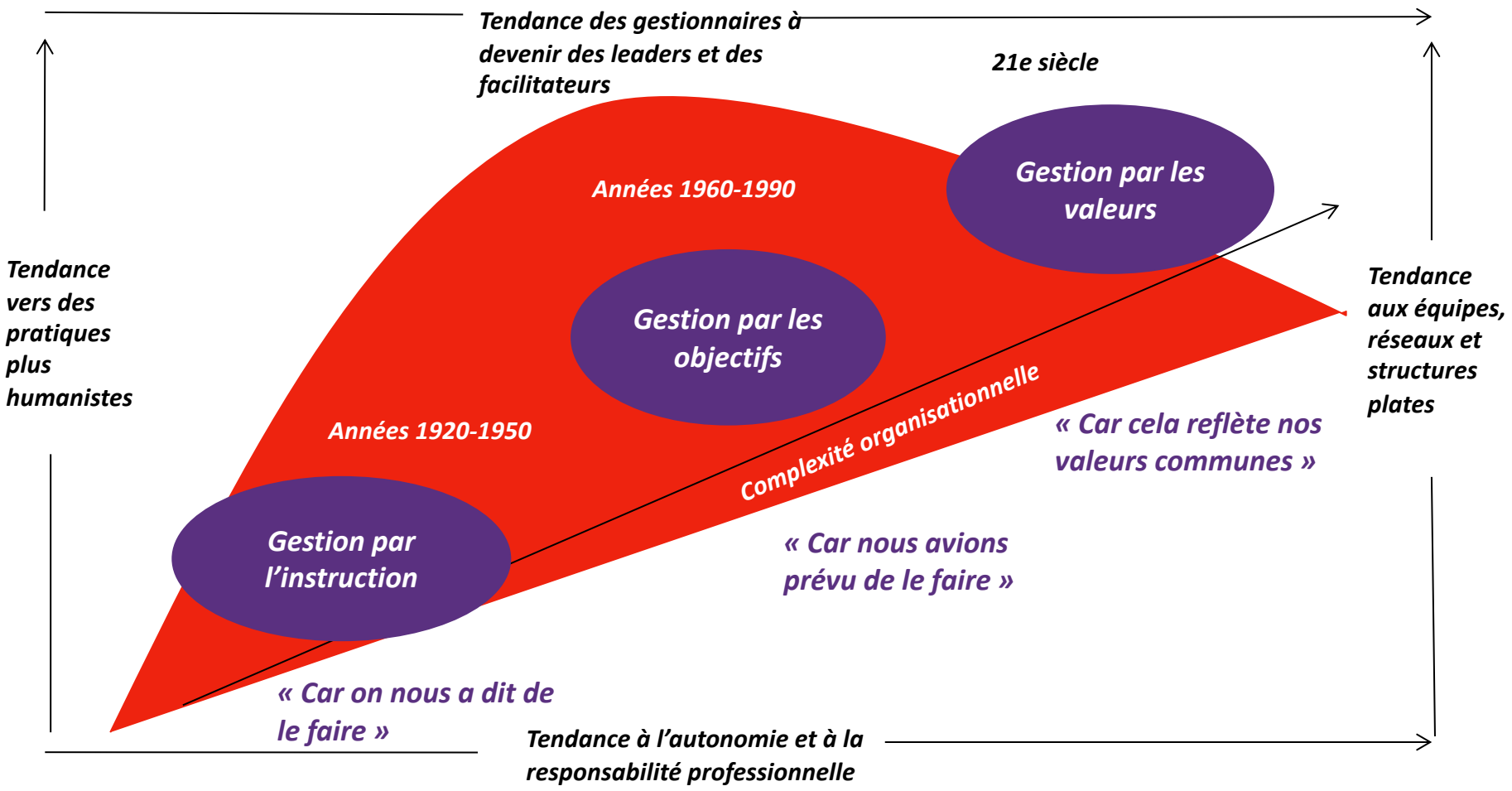
SPORT LAW

AVANTAGES D'UNE GESTION PAR LES VALEURS

- La recherche indique qu'une philosophie de gestion orientée vers le vécu des valeurs de l'organisation :
  - Augmente la productivité
  - Attire et retient des personnes hautement compétentes
  - Développe une culture forte et résiliente
  - Aide à naviguer dans un environnement complexe et chaotique
  - Stimule la créativité
  - Renforce votre « marque »
  - Génère des communications efficaces

SPORT LAW

ÉVOLUTION DE LA THÉORIE DE GESTION



SPORT LAW

PROCESSUS D'ENGAGEMENT DE LA GPV

- Étape 1 : Commencez par définir votre **raison d'être**.
- Étape 2 : Faites participer vos dirigeants à l'identification et à la définition d'un **ensemble de valeurs fondamentales**.
- Étape 3 : Examinez comment les valeurs font partie **intégrante** de la réalisation de votre vision (stratégie).
- Étape 4 : **Intégrez** vos valeurs dans vos activités quotidiennes
- Étape 5 : **Communiquez** publiquement vos valeurs et donnez à vos collaborateurs les moyens de les utiliser quotidiennement.
- Étape 6 : Suivez et évaluez les **progrès.**
- Étape 7 : **Renouvelez** votre engagement aussi souvent que nécessaire.

ÉVALUER OÙ VOUS EN ÊTES

- **Inactives : Les valeurs sont inactives ou non utilisées**
- **Intuitives : Les valeurs sont partagées et vécues au niveau individuel et dépendent du leadership.**
- **Intrinsèques : Les valeurs sont intégrées à l'ensemble du système et sont évidentes dans les politiques, les programmes et les procédures.**
- **Inspirantes : Les valeurs sont utilisées intentionnellement comme un véhicule de communication stratégique pour engager et inspirer les membres à atteindre un objectif commun.**

SPORT LAW

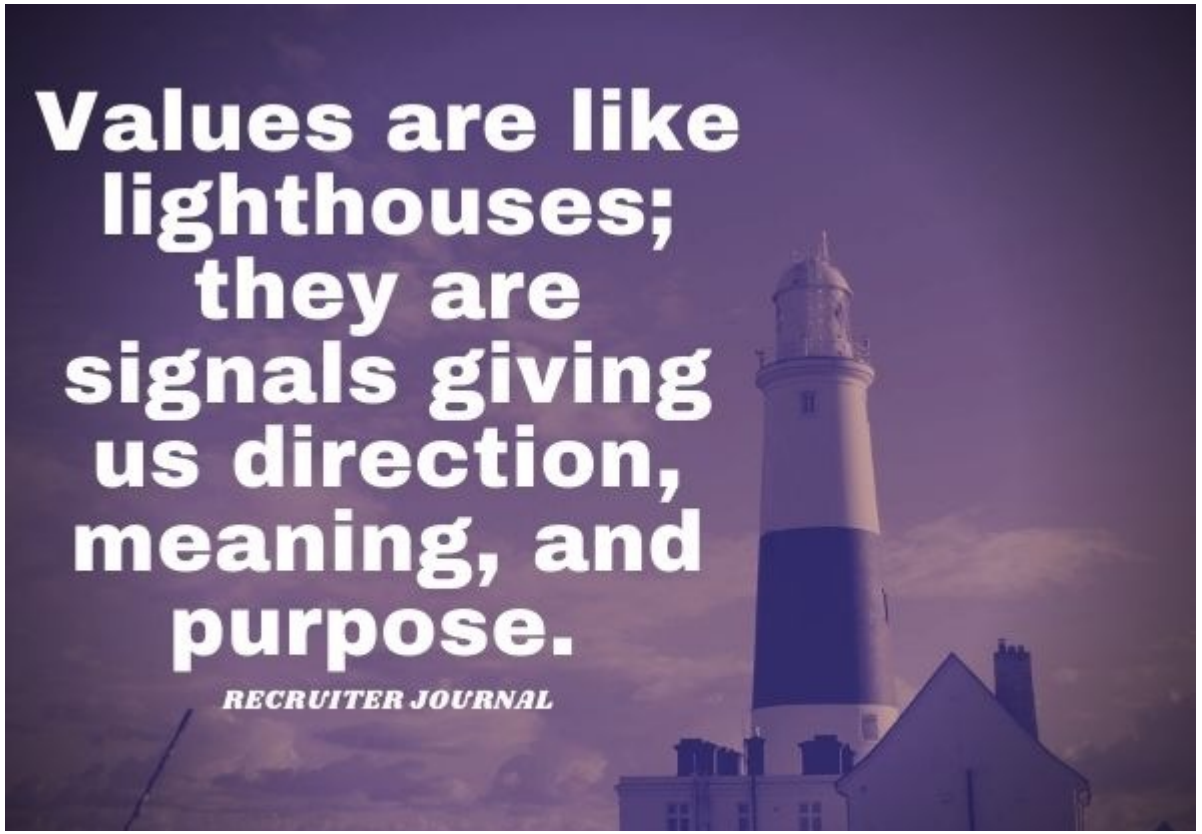
Bell-Laroche (2010) « Moving from values inaction to values-in-action: An exploration of how values can be managed intentionally by National Sport Organizations » pp. 77

SOLUTIONS SIMPLES

- **Connaissez-les** comme vous connaissez votre pseudo Twitter... vous ne pouvez pas utiliser ce que vous ne connaissez pas.
- **Exprimez-les** clairement ... sur vos en-têtes de lettres, sur vos publications, sur vos cartes de visite, sur vos murs, sur vos uniformes ... mais seulement si vous avez mérité le droit de le faire.
- Entourez-vous de personnes qui **partagent** les **valeurs de votre culture** - embauchez des personnes et évaluez leurs performances en fonction de ces valeurs.
- **Entraînez en fonction des valeurs** et encouragez les athlètes à **concourir en accord** avec leurs **valeurs**.
- Illuminez votre chemin - utilisez vos valeurs quand vous prenez des décisions, pour guider votre **vision**, pendant la **planification** et dans la gestion des **conflits**.
- Le « Triple Bottom Line 0187 de la GPV : Au-delà de l'argent et des médailles, nous devons mesurer la moralité (les valeurs) ... c'est la façon **holistique** de maintenir la pertinence.

- Besoin d’ajouter les triangles de l’Argent. Médailles. Morales.
- Un autre triangle de MBI. MBO. MBV.
- MBV. Sport pur. Culture de confiance.
- Nous prospérons. Nous restons. Nous sommes performants.

MOT DE LA FIN…

Passer de **l'inaction en matière de valeurs à l'action en matière de valeurs** :

- Au **cœur** du conflit se trouve un **mauvais alignement** des valeurs
- La GPV fournit un cadre de **prise de décision éthique** pour **atteindre** les objectifs, gérer les **risques** plus efficacement et accroître les **connaissances éthiques** des dirigeants sportifs, des entraîneurs et des athlètes.
- Si ce n'est pas nous, alors qui ? Si ce n'est pas maintenant, alors quand ?