

Introduction:

La culture d'entreprise est très souvent le résultat d'un processus temporel, c'est à dire celle-ci s'installe au fil du temps, donc pour comprendre une entreprise il faut comprendre sa culture a travers plusieurs éléments et composants, on distingue :

- 1- La nationalité: consiste à étudier les origines, l'histoire les valeurs et la religion qui impact l'entreprise.
- 2- Les valeurs: les normes qui constituent le référentiel.
- 3- Les mythes : ensemble des croyances, les événements et le style de vie de l'entreprise.
- 4- Les rites: tout les pratiques admises et interdits.
- 5- Les symboles: les modes d'expression, les mots....

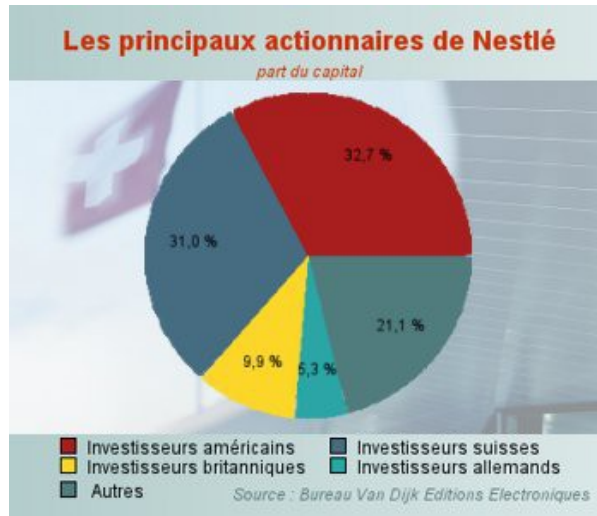
On va prendre l'exemple de l'entreprise Nestlé et dégager ces éléments de la culture de ces entreprises

1- **La nationalité de l'entreprise Nestlé:**

1- L'origine de l'entreprise Nestlé:

C'est en suisse que Nestlé à été crée à la fin du 19e siècle et c'est toujours dans le canton de vaud, près de son siège mondial. C'est aussi en suisse que l'entreprise est cotée. Pourtant, dans le capital de Nestlé, les investisseurs suisses en font plutôt direct: ils possèdent moins d'un tiers du groupe. Les investisseurs américains possèdent une plus grande partie du capital que leurs homologues helvétiques. Les britanniques disposent d'environ 10% du capital et les allemands d'une peu plus de 5%.

Les investisseurs français doivent quant à eux se contenter de 3% du capital Nestlé.



2- L'histoire de l'entreprise Nestlé:

L'histoire de Nestlé commence à la fin du 19e siècle. Le pharmacien Henri Nestlé invente le lait en poudre et crée l'entreprise en 1866, à Vevey. En 1905, Nestlé fusionne avec son concurrent, l'Anglo-Swiss condensed Milk Co. C'est la première étape d'une longue série de fusion et de rachats.

Nestlé fera aussi preuve d'innovation quand, par exemple, est lancé en 1938 le Nescafé.

Aujourd'hui, le portefeuille de marque du groupe agroalimentaire va de la laitière à Vittel, de Maggi à Nespresso, d'Herta à Kit Kat. Une trentaine de marques réalisent chacune plus d'un milliard de francs suisses de chiffre d'affaire annuel. Elles génèrent à elles seuls 70% de l'activité du groupe.



II- Les valeurs de l'entreprise Nestlé:

Les Suisses ont avec Nestlé une relation familière mais exigeante, confiante a priori, mais sans concessions au moindre faux-pas. Ils placent la barre très haut. Un peu comme dans une famille, dont on attend d'un membre éminent un comportement exemplaire.

Chez Nestlé, ils ont la conviction que pour s'assurer un succès durable, cette entreprise doit créer de la valeur, non seulement pour ses actionnaires, mais pour la communauté toute entière. C'est ce qui est appelé la « Création de Valeur Partagée ». Il ne s'agit pas d'une idée philanthropique, mais de l'idée qu'ils font d'une croissance responsable.

En Suisse, comme dans tous les pays où Nestlé est présent, créer de la valeur pour les actionnaires et cette entreprise implique qu'elle doit aussi créer de la valeur pour la communauté dans laquelle elle vive, y compris les producteurs qui assurent son approvisionnement, ses collaborateurs et, bien sûr, ses consommateurs.

III- **Les mythes :**

Le succès de l'entreprise Nestlé repose sur nos collaborateurs. Nous nous traitons mutuellement avec respect et dignité et attendons de chacun qu'il favorise un sens de la responsabilité individuelle. Nous recrutons des collaborateurs compétents et motivés qui respectent nos valeurs, leur assurons l'égalité des chances en termes de développement et de promotion, protégeons leur vie privée et ne tolérons aucune forme de harcèlement ou de discrimination.

IV- **Les rites :**

Les valeurs et les principes de l'entreprise s'appliquent au respect des législations nationales et des recommandations internationales – notamment le Contrat mondial des Nations Unies – aux consommateurs et aux enfants en tant que consommateurs, à la santé, à la nutrition des nourrissons, aux droits de l'homme, aux ressources humaines et aux conditions de travail, au travail des enfants, aux partenaires d'affaires. Ils traitent également des conflits d'intérêts, des relations avec les fournisseurs, de concurrence, de relations extérieures, de protection de l'environnement, de politique en matière d'eau, de matières premières agricoles, et... du respect de l'application de ces principes.

Les Principes de conduite des affaires du groupe Nestlé continuent à évoluer pour s'adapter à un monde en mutation. Cependant, leur essence, qui reflète des idées fondamentales d'équité et d'honnêteté, demeure inchangée depuis la création de Nestlé.

V- **Les symboles :**

la priorité de Nestlé est d'améliorer la qualité de vie des consommateurs en tout temps et en tout lieu en proposant un assortiment d'aliments et de boissons plus sains et plus savoureux et en promouvant un mode de vie sain. Elle se reflète dans le credo d'entreprise: «Good Food, Good Life».

