

Bâtir sa mission, sa vision et ses valeurs

Cet outil pratique a pour but de vous aider à formuler ou à actualiser la mission, la vision et les valeurs de votre commerce afin de donner un sens commun au travail et de soutenir une culture d'entreprise claire et mobilisatrice.

Avant de bâtir une culture d'entreprise solide, il est essentiel de bien comprendre sur quoi elle repose. La mission, la vision et les valeurs constituent les repères fondamentaux qui **orientent les décisions, les comportements et les priorités du commerce**.

Ces trois éléments, lorsqu'ils sont bien alignés, constituent le cœur de votre identité organisationnelle.



- La mission explique en une phrase **pourquoi** le commerce existe : sa raison d'être, sa contribution à la communauté, ce qu'il apporte de distinctif.

Exemple : Offrir des produits alimentaires de qualité à prix abordables pour nourrir notre communauté locale.

- La vision décrit en une phrase **où** le commerce souhaite aller dans les prochaines années : ses ambitions, ses objectifs globaux.

Exemple : Être le commerce préféré des familles du quartier grâce à notre accueil chaleureux et nos produits de qualité.

- Les valeurs expliquent **comment** on agit au quotidien : principes, comportements et attitudes partagés.

Exemple : Respect, Esprit d'équipe, Fiabilité, Innovation, Service à la clientèle.

Construire vos énoncés**● Étape 1 — Définir la mission**

La mission décrit la raison d'être de votre commerce : pourquoi il existe et à quoi il contribue.

Répondez aux questions ci-dessous afin d'en tracer les grandes lignes. Pour aller plus loin dans votre démarche, consultez l'outil « Rédiger son énoncé de mission » en annexes du document.



Questions à se poser :

- Pourquoi notre commerce existe-t-il?
- À qui rendons-nous service et de quelle façon?
- Quelle différence souhaitons-nous faire dans notre communauté?



À compléter pour votre commerce :

Notre mission :

● Étape 2 — Définir la vision

La vision représente la direction que vous souhaitez donner à votre commerce dans les prochaines années. Elle donne une direction, motive les équipes et inspire les décisions.

Les questions ci-dessous servent de point de départ. Pour approfondir la démarche, consultez l'outil « Définir sa vision d'entreprise » en annexes du document.



Questions à se poser :

- Où voulons-nous être dans 3 à 5 ans?
- Quelle reconnaissance souhaitons-nous obtenir dans notre communauté ou notre secteur?
- Quel impact voulons-nous avoir sur notre clientèle ou notre communauté?



À compléter pour votre commerce :

Notre vision :

● Étape 3 — Identifier les valeurs

Les valeurs sont le fil conducteur de votre culture d'entreprise. Elles représentent les principes qui guident vos décisions, vos priorités et vos relations, autant à l'interne qu'avec la clientèle.

Elles se traduisent par des comportements concrets qui devraient être observables au quotidien, **peu importe le poste ou la situation.**



Questions à se poser :

- Quelles attitudes souhaitons-nous voir dans notre équipe?
- Quels principes guident nos décisions, même quand ce n'est pas écrit dans les procédures?
- Quelles valeurs reflètent le mieux notre manière de servir la clientèle?



Exemples de valeurs et de comportements associés :

Valeur	Comportement associé
Respect	Traiter chaque personne (client·e, collègue, fournisseur) avec considération et équité.
Esprit d'équipe	Travailler ensemble, s'entraider et célébrer les réussites collectives.
Fiabilité	Respecter ses engagements, être ponctuel et rigoureux.
Innovation	Chercher constamment à améliorer les façons de faire et à s'adapter aux besoins de la clientèle.
Service à la clientèle	Offrir une expérience accueillante, rapide et personnalisée.



À compléter pour votre commerce :

Nos valeurs :

- **Étape 4 — Valider l'alignement entre vos énoncés à l'aide de la grille de cohérence** en annexes du document.

Mettre en pratique et faire vivre vos énoncés

Une fois vos énoncés définis et validés :

- Communiquez-les à l'ensemble de l'équipe (réunion, affichage, manuel d'employé).
- Intégrez-les à vos pratiques RH : accueil, formation, évaluation, reconnaissance.
- Révisez-les tous les 3 à 5 ans, surtout la vision et les valeurs, pour qu'elles reflètent la réalité du commerce et les changements dans votre environnement.
- Faites-les vivre : mentionnez-les dans vos communications, vos décisions et vos gestes quotidiens.

La cohérence entre ce que vous affichez et ce que vous faites au quotidien est le meilleur indicateur d'une culture d'entreprise solide.

Annexe 1 : Rédiger son énoncé de mission



Quels produits offrons-nous à notre clientèle pour répondre à ses besoins en alimentation ?

Exemples : Des produits frais et locaux offerts chaque jour ; Un service de proximité pour dépanner les clients rapidement ; Une grande variété de produits spécialisés (biologiques, internationaux, sans allergènes).



À qui s'adresse notre commerce ? Qui sont nos clients principaux ?

Exemples : Les familles du quartier qui recherchent un service convivial ; Les étudiant-es et jeunes adultes qui veulent des repas rapides et abordables ; La clientèle qui privilégie les produits locaux ou biologiques.



À quel besoin essentiel ou difficulté répondons-nous dans notre communauté ?

Exemples : Offrir une alternative humaine et accessible aux grandes surfaces ; Aider les gens pressés à faire leurs achats rapidement ; Réduire le gaspillage alimentaire en valorisant les produits invendus.



Qu'est-ce qui fait la différence dans notre manière de faire ou dans notre offre ?

Exemples : Un accueil chaleureux et personnalisé, où chaque client-e est reconnu-e ; Une équipe diversifiée qui reflète la communauté ; Des liens solides avec les producteurs et fournisseurs d'ici ; Une ambiance conviviale où les employé-es aiment travailler ; Un engagement concret envers la réduction du plastique et le développement durable.



Quel impact souhaitons-nous avoir sur notre clientèle, notre équipe et notre communauté ?

Exemples : Offrir un lieu de rencontre et de confiance pour la communauté ; Créer des emplois stables et valorisants pour les gens du quartier ; Promouvoir de saines habitudes alimentaires ; Encourager la consommation responsable et locale.



Mission = [verbe à l'infinitif/contribution principale] + [public visé] + [résultat ou impact souhaité]

Exemples : Offrir à notre communauté des produits alimentaires de qualité, accessibles et servis avec bienveillance ; Fournir chaque jour à nos client-es des aliments frais et variés, dans un environnement accueillant et inclusif ; Soutenir les producteurs locaux en offrant à la population un accès facile à leurs produits.

Annexe 2 : Définir sa vision d'entreprise



Quelle est l'ambition à long terme de notre commerce ?

Où voulons-nous être dans 3 à 5 ans ? Quelle reconnaissance ou position souhaitons-nous atteindre ?

Exemples : Être reconnu comme le commerce de proximité le plus apprécié du quartier ; Devenir un modèle en matière de service client et de respect de la diversité ; Être un-e leader régional en produits locaux et durables.



Quel impact souhaitons-nous avoir sur notre communauté ?

Comment voulons-nous contribuer au mieux-être de notre quartier, région ou clientèle ?

Exemples : Favoriser de saines habitudes alimentaires dans notre communauté ; Soutenir l'économie locale en mettant en valeur les producteur-trices d'ici ; Offrir un lieu inclusif et accueillant où chacun-e se sent respecté-e ; Participer activement à la réduction du gaspillage alimentaire.



Quelle expérience voulons-nous faire vivre à notre clientèle ?

Quand un-e client-e entre dans notre commerce, que souhaitons-nous qu'il ou elle ressente ?

Exemples : Se sentir accueilli-e, reconnu-e et bien conseillé-e ; Retrouver un commerce humain et chaleureux ; Avoir confiance en la qualité et la fraîcheur des produits ; Sentir que ses valeurs (écocoresponsabilité, respect, équité) sont partagées par le commerce.



Quelle expérience souhaitons-nous offrir à notre équipe ?

Comment voulons-nous que nos employé-es se sentent au travail ?

Exemples : Fier-ères de leur contribution à un projet collectif ; Soutenu-es dans leur développement professionnel ; Inclus-es et respecté-es pour leurs différences ; Engagé-es grâce à une ambiance de travail positive et motivante.



Quelle image voulons-nous projeter ?

Quand on parle de notre commerce, que voulons-nous que les gens disent de nous ?

Exemples : « C'est un commerce fiable et respectueux de sa clientèle. » ; « C'est une entreprise locale engagée et proche de sa communauté. » ; « C'est une équipe soudée qui se surpasse pour offrir le meilleur. » ; « C'est un lieu où on se sent bien, autant comme client-e que comme employé-e. »



Vision = [verbe à l'infinifatif ou tournure inspirante] + [objectif ou ambition à long terme] + [impact ou contribution souhaitée]

Exemples : Devenir un-e acteur-trice incontournable de l'alimentation de proximité, reconnu pour la qualité et l'inclusivité de son service ; Offrir à la communauté un modèle de commerce responsable, humain et tourné vers l'avenir ; Inspirer confiance et fierté en créant un lieu où l'alimentation rime avec engagement et respect ; Être un commerce durable qui grandit avec et pour sa communauté.

Annexe 3 : Mini grille de cohérence : mission, vision et valeurs

Cette grille vous aide à valider l'alignement entre vos énoncés. Pour chaque question, cochez la case qui correspond le mieux à votre situation actuelle. L'objectif est de repérer les points forts et les éléments à ajuster avant de diffuser vos énoncés auprès de l'équipe.

Éléments à valider	Oui	En partie	Non	Commentaires / pistes d'ajustement
Mission : Elle décrit clairement ce que fait le commerce, pour qui et comment.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Vision : Elle donne une direction claire et inspirante pour les prochaines années.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Valeurs : Elles reflètent les comportements attendus et les principes vécus au quotidien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Cohérence entre les 3 énoncés	Oui	En partie	Non	Commentaires / pistes d'ajustement
La vision découle naturellement de la mission, et les valeurs soutiennent les deux.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Les énoncés correspondent à la réalité du commerce (pas seulement à l'intention).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Les énoncés sont compris, crédibles et motivants pour l'équipe.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
La mission, la vision et les valeurs tiennent compte de la diversité de la clientèle et du personnel.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Interprétation rapide

- Majorité de « Oui » : votre base est solide et cohérente — vous pouvez passer à la diffusion et à l'intégration.
- Présence de « En partie » : relisez les énoncés avec votre équipe pour préciser ou reformuler certains passages.
- Plusieurs « Non » : il est préférable de reprendre la réflexion avant de diffuser. La cohérence est la clé pour que votre culture d'entreprise soit crédible et vécue.



Astuce pratique

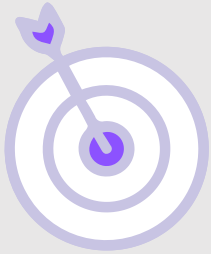
Avant de valider vos énoncés, faites un test auprès de votre équipe :

« Est-ce que ces phrases nous ressemblent ? Est-ce qu'on s'y reconnaît au quotidien ? »

Leur perception vous aidera à ajuster le ton et le contenu pour que la mission, la vision et les valeurs soient réellement partagées — et non seulement affichées.

Annexe 4 : Modèle mission, vision, valeurs

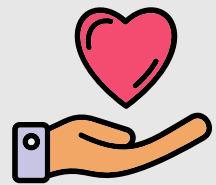
Ce résumé peut être affiché dans la salle de pause, le bureau de gestion ou inclus dans le manuel d'employé.



Notre mission



Notre vision



Nos valeurs

