

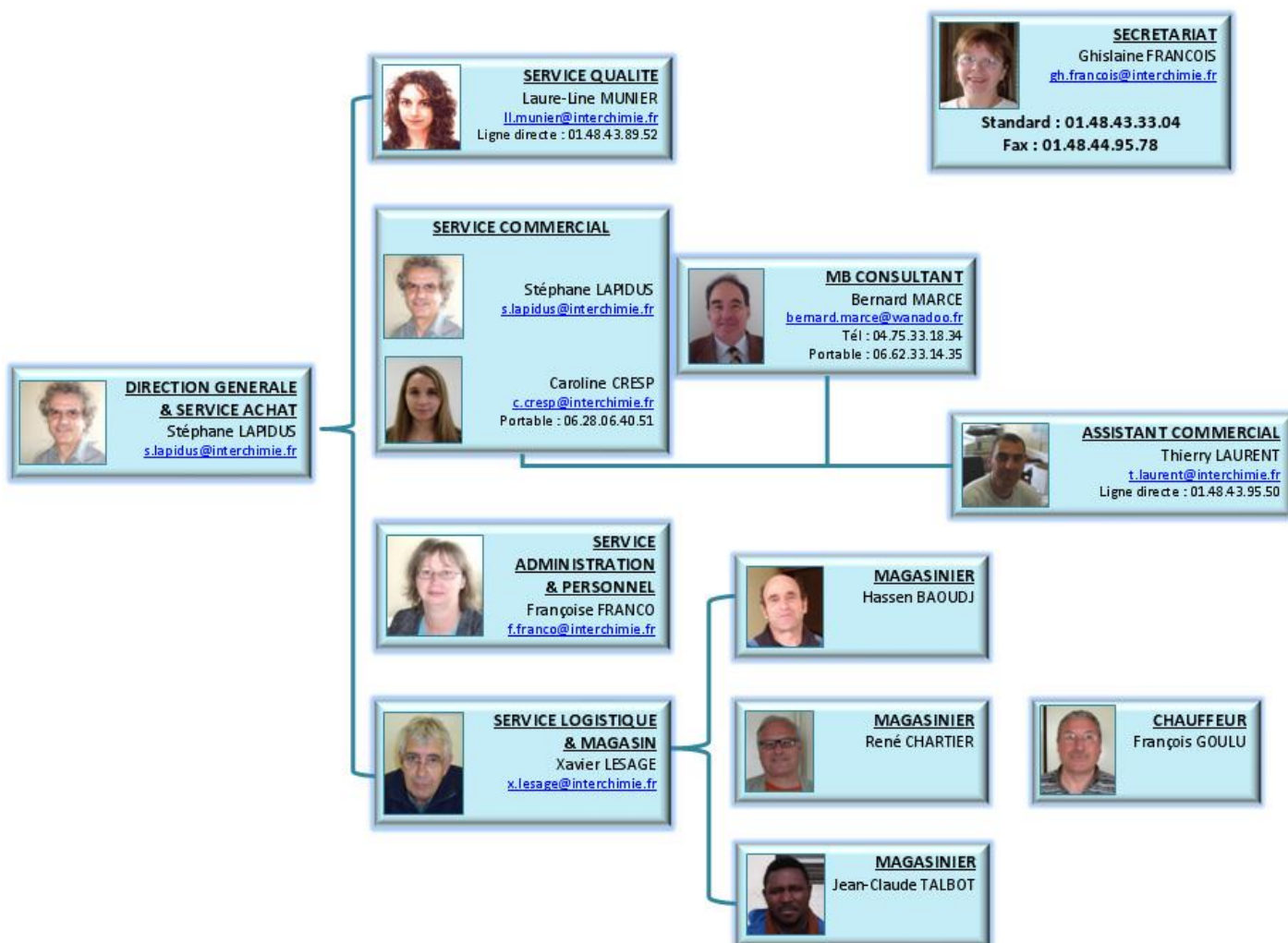
**L'organisation :**

Le COMPTOIR FRANÇAIS INTERCHIMIE, entreprise créée en 1945 par M. Harold LAPIDUS, qui a répondu à cette époque, à une demande de consommateurs recherchant différents produits en petite quantité et ne sachant à qui s'adresser. La société est alors née de ce besoin. Cinquante ans après, **cette société a conservé son caractère familial**, et elle est dirigée par son fils, Stéphane LAPIDUS qui a su la développer grâce à une vision innovante du marché et à ses qualités de manager.

L'activité de la société est depuis sur le secteur du **négoce et la distribution** professionnelle de matières premières basée sur la Chimie. Ses domaines de compétence sont la cosmétique et la pharmacie qui représentent plus de 60 % du chiffre d'affaire de la société, mais aussi l'industrie, tel que les lubrifiants, la peinture et les encres, mais aussi les produits d'entretien.

Depuis toujours, Harold puis Stéphane LAPIDUS poursuivent le même objectif : trouver les produits que les autres n'ont pas et les livrer en en temps record quels que soient les efforts et les moyens investis !! C'est cet état d'esprit particulier qui anime toute l'équipe !!

L'établissement occupe une surface totale de 1230 m<sup>2</sup> (bureaux : 230 m<sup>2</sup>, magasin : 1000 m<sup>2</sup>).

**Document1 : L'organigramme de l'entreprise :**

## 1. Les interactions individu-groupe

### 1.1. Les caractéristiques d'un groupe

#### Activité 1 : A partir des documents 1 à 3

1. D'après vous quels différents groupes pourrait-on identifier ? Justifiez votre réponse

• **Groupe restreint :**

.....  
.....  
.....

• **Organisation :**

.....  
.....

• **Groupe formel (relations formelles):**

.....  
.....  
.....

• **Groupe informel (relations informelles) :**

.....  
.....  
.....

2. Quels facteurs peuvent expliquer l'émergence d'un groupe informel ?

.....  
.....  
.....

#### **Document 2 : Qu'est ce qu'un groupe ?**



Un groupe peut être défini comme deux personnes ou plus qui vont, pendant un temps, interagir, s'influencer mutuellement et se percevoir comme un « nous ». Le groupe s'oppose à la masse, à la foule.

Le groupe a généralement pour fonction :

- . de produire (travail),
- . de faciliter (organiser pour que le travail soit plus simple à réaliser),
- . réguler (régler les difficultés relationnelles).

On parle de groupe si les critères suivants sont réunis :

1. **la présence de relations interpersonnelles** : les individus communiquent personnellement avec les autres membres
2. **la poursuite d'un but commun** : l'intérêt de chacun se confond avec l'intérêt du groupe
3. **l'influence réciproque** : il y a interdépendance entre les membres du groupe
4. la mise en place d'une organisation : chaque membre a son **Rôle** ou son **Statut**, les valeurs et les normes de groupe se créent

Référence: Ouvrage dirigé par P.Gosling "Psychologie sociale" Tome1 "L'individu et le groupe"

**Document 3 : Typologie des groupes.**

• **Groupe restreint :**

Le groupe restreint est celui où les individus peuvent interagir, communiquer, se percevoir directement et dont la taille est nécessairement réduite (de 3 – 4 personnes à 25).

• **Organisation :**

Groupement de personnes (ou de groupes de personnes) ayant des aspirations personnelles, mais qui doivent également partager des objectifs communs et collaborer à leur réalisation.

• **Groupe formel :**

On parle de groupe formel lorsqu'il y a reconnaissance officielle de la part de l'organisation. Groupe créé intentionnellement ou délibérément (pour s'acquitter d'une tâche précise, par ex). Structure d'autorité, statuts déterminés, rôles bien définis.

Parmi les groupes formels on distingue les groupes permanents, identifiables à la lecture de l'organigramme, des groupes de travail temporaire.

• **Groupe informel :** Groupe qui se crée naturellement à travers des interactions entre les individus. L'adhésion est volontaire.

[www.ecogesam.ac-aix-marseille.fr](http://www.ecogesam.ac-aix-marseille.fr)

**1.2. Statut et rôle dans le groupe**

**Activité 2 : A partir des documents 1 et 4**

1. Quelle différence faites-vous entre le statut et le rôle de l'individu dans le groupe ?

.....  
.....  
.....

2. Quels types de relations les différents statuts peuvent ils générer dans l'organisation ? Expliquez

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

3. Analyser le statut, le rôle et le type de relations de Xavier Lesage dans le groupe.

	Par rapport à l'équipe des 3 magasiniers	Par rapport à Laure-Line Munier
<b>Statut</b>		
<b>Rôle</b>		
<b>Relations</b>		

4. Quel est le lien en le statut dans le groupe et la construction de son identité sociale ?

.....

**Document 4: Identité sociale, statut, Rôle et relation dans le groupe**

Au sein des groupes dans lesquels il évolue, chaque individu a un « **statut** », c'est-à-dire une position sociale particulière reconnue par l'ensemble des membres du groupe. En fonction de ce statut, il va jouer un « **rôle** », c'est-à-dire adopter un ensemble de modèles de conduite appropriés à ce statut (rôle de parent ou d'enfant dans une famille; rôle d'entraîneur ou de joueur, ou encore de capitaine, dans une équipe sportive).

Les groupes situent donc les individus qui les composent sur une échelle de pouvoir, à l'aide de critères qui varient (âge, niveau professionnel, financier, social, culturel...).

Si les rapports entre les acteurs sont basés sur l'égalité (relation de collègue à collègue, d'élève à élève...), la relation est **symétrique**.

Si les rapports entre les acteurs ne sont pas basés sur l'égalité, la relation est **asymétrique**. Elle est alors :

- soit **hiérarchique** si l'un d'eux assume une position « haute » et l'autre une position « basse », sans

que « position haute » signifie « meilleure » ou « plus forte » (relation de professeur à élève, de contremaître à ouvrier...);

- soit **complémentaire** si les échanges sont basés sur la différence des interlocuteurs et que ceux-ci nouent une relation complémentaire (relation de vendeur à client, d'hôte à invité...).

Il faut noter que les interactions sont souvent plus faciles et moins formelles dans une relation symétrique. Mais, en cas de désaccord, elles aboutissent parfois à un blocage de la situation si chaque acteur ne cède pas et reste sur sa position.

Dans le cas d'une relation « **hiérarchique** », l'individu en position « basse » adopte le plus souvent envers la personne de statut plus élevé (en position

« haute ») un comportement respectueux impliquant le respect d'un certain nombre de rituels.

Le « **contexte social** » est composé par l'ensemble des statuts définis par le groupe (et qui déterminent les interactions entre les membres de ce groupe).



**L'identité sociale** montre la façon dont se construit l'image que nous avons de nous-mêmes en fonction des contextes sociaux dans lesquels nous vivons et des apprentissages sociaux dans lesquels nous sommes impliqués.

<http://www.psychologie-et-societe.org/identite-sociale.aspx>

**1.3. Groupe d'appartenance et groupe de référence**

**Activité 3 : A partir des documents 1, 5 et 6**

1. Identifiez les groupes de référence et d'appartenance de JC Talbot ? Justifiez vos réponses

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Document 5: groupe d'appartenance et groupe de référence**

Dans une large mesure, les attitudes de toute personne sont en relation avec un ou plusieurs groupes sociaux ou ancrées dans ceux-ci. La nature de cet ancrage social des attitudes n'est nullement claire ou simple; d'une part, il est évident que les attitudes d'une personne sont en relation avec les attitudes communément exprimées au sein des groupes auxquels elle appartient [ses groupes d'appartenance].

Le concept de « groupe de référence » a été employé pour décrire [les] relations entre une personne et un groupe [pour] désigner un groupe dans lequel l'individu cherche à se faire accepter ou à maintenir cette acceptation. Pour faciliter cette acceptation, il règle ses attitudes, ses valeurs, ses normes sur ce qu'il perçoit être le consensus parmi les membres du groupe. L'idée que les membres du groupe de référence observent la personne et la jugent est ici implicite.

Harold H. Kelley in André Lévy, psychologie sociale, Dunod, 1982

**Document 6 : Témoignage de Jean-Claude Talbot, magasinier**

Moi, je suis magasinier. Mon père et mon grand-père était des ouvriers, je suis dans la même galère. Au niveau de l'équipe des magasiniers, on s'entend pas mal. Les collègues sont sympas. Ils ont juste du mal à comprendre que depuis que j'ai repris mes études en cours du soir, j'ai plus le temps d'aller boire un coup au bistrot après le travail. En fait, j'aimerais devenir cadre dans une grande entreprise. Il faut donc des diplômes.

**2. Les interactions individu-organisation**

**2.1. La culture de l'organisation ; normes, rituels et codes**

**Activité 4 : A partir des documents 1, 6 à 10**

1. Donnez votre définition de la culture d'entreprise

.....  
.....  
.....  
.....

2. Sachant que le COMPTOIR FRANÇAIS INTERCHIMIE est une entreprise familiale, quelles sont les valeurs spécifiques à cette organisation ?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

3. Pensez-vous que JC Talbot s'inscrit dans la culture de cette entreprise ? Expliquez.

.....  
.....  
.....  
.....

4. Relevez quelques normes, rituels et codes propres à cette organisation

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

5. Quels efforts Laure-Line Munier a-t-elle du fournir pour accepter cette culture d'entreprise

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

6. Pensez-vous que Laure-Line Munier s'inscrit dans la culture de cette entreprise ? Expliquez en citant ses traits de personnalité qui corroborent votre réponse.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**Document 7 : Recherches sur la culture d'entreprise**

L'entreprise familiale prend des formes très variées, d'une PME dynamique au groupe multinational. Les noms de Bic, Benetton, Ikea, Trisa, et Tetra Pak sont connus par tout le monde. En Europe, les entreprises familiales représentent 80 à 90% des sociétés. En France : 60% des entreprises sont familiales.

Définitions de l'entreprise familiale:

« Souvent une famille domine l'entreprise dans le sens où elle lui donne son nom, l'imprègne de ses traditions, lui fournit des dirigeants, et est, ou a été propriétaire de tout ou d'une grande partie des actions ». (Roland C. Christensen, professeur à Harvard).

Parmi les critères qui permettent de définir l'entreprise familiale, certains ressortent:

- le contrôle du capital par la famille,
- le caractère actif de la participation de la famille dans la gestion de l'entreprise,
- les liens étroits entre l'entreprise et la famille.

Le fait qu'une entreprise familiale soit gérée par une même famille permet à l'enfant, dès son plus jeune âge d'être immergé dans la vie de l'entreprise par les problèmes qui peuvent faire parler. L'enfant connaît donc dès son enfance les différents problèmes qui peuvent subvenir dans l'entreprise familiale.

L'enfant qui a grandi en considérant l'entreprise comme son héritage familiale est attaché affectivement par celle-ci, et c'est ce qui différencie fondamentalement une entreprise familiale d'une entreprise non-familiale.

Les entreprises familiales ont une culture d'entreprise qui s'imprègne des croyances, valeurs et normes importantes aux yeux du fondateur.

Selon Bernard Catry et Airelle Buff, la culture de l'entreprise repose sur quatre piliers :

- passion pour le travail,
- une gestion prudente,
- la discrétion
- une réserve ainsi qu'un sens des responsabilités sociales.

<http://entreprisesfamiliales.centerblog.net/1217228-Les-entreprises-familiales>

**Document 8 : L'entreprise familiale, un modèle durable**

Le caractère familial de l'entreprise induit également un attachement profond et sincère des dirigeants aux hommes et aux femmes qui la font vivre et la font croître au quotidien. L'entreprise est dirigée en recherchant – en permanence – l'adhésion et l'implication des équipes. Le capital humain est le fondement de sa réussite.

[http://www.pwc.com/gx/en/pwc-family-business-survey/assets/FBS\\_2010\\_11\\_FR.pdf](http://www.pwc.com/gx/en/pwc-family-business-survey/assets/FBS_2010_11_FR.pdf)

**Document 9 : Normes, rituels et codes : quelles différences ?**

Les normes sont des règles de conduite fixées par l'organisation. Elles aident les membres à acquérir une orientation commune. Les rituels sont des habitudes, des coutumes à valeur symbolique présentes dans toutes les sociétés même si leurs codes. Ils facilitent les interactions entre les membres du groupe. Les codes sont des manières de parler, de se comporter dans un contexte donné. Ils varient d'une culture à une autre ou selon les groupes sociaux.

**Document 10 : Interview de Laure-Line Munier**

Cela fait presque un an que je travaille dans cette entreprise. Dès mon arrivée, j'ai été frappée par le niveau d'implication de chaque membre de l'équipe. Dans l'entreprise la règle est claire : on fait comme le patron, on travaille jusqu'à ce que le problème du client soit résolu. Ça signifie parfois, rester tard au bureau.

De toute manière, même si j'arrive à 7h00 le matin et que je pars à 9h le soir, j'arrive après et je pars avant M. Lapidus. C'est impressionnant !! Je ne me plains, M. Lapidus est très souple. Quand j'ai parfois besoin d'une demi-journée, il me la donne volontiers. Je pense que c'est cet état d'esprit qui est à la base de la réussite de l'entreprise. Le courage, l'effort et la flexibilité : les clients apprécient. Ça change complètement de mon ancienne entreprise, une grosse structure assez immobile, je faisais 9h-17h tous les jours. Ici, l'équipe est très soudée. Tous les matins à 10h00 on se retrouve ensemble avec le patron pour boire un café et généralement on déjeune ensemble. C'est souvent lors de ces moments que M. Lapidus nous donne les informations les plus importantes. Moi qui suis un peu timide, cela a été un peu dur pour moi au début mais ça me fait du bien. Une autre surprise : le tutoiement est de rigueur mais aucune familiarité. Ceci peut-être expliquer l'aversion de M. Lapidus pour les looks trop décontractés. J'ai dû laisser mes jeans troués au placard mais en fait, je m'éclate dans cette entreprise !! Enfin, on me fait confiance, et le travail est passionnant : je crée moi-même mes propres procédures !

**2.1. Attribution, représentation et stéréotype**

**Activité 5 : A partir du document 11 et du site internet :**

. <http://www.psychocentris.com/Attributions.php?page=Attributions#Erreurfondamentale>

- 1. Expliquez simplement le phénomène « d'attribution »

.....  
.....

- 2. Quelles sont les deux types d'attribution qui nous amènent à tirer des conclusions (souvent hâtives) sur le comportement des autres ? expliquez à l'aide d'un exemple simple.

.....  
.....  
.....  
.....

- 3. Expliquez ce qui a été l'origine de l'erreur d'embauche de la société IDHR (doc 11)

.....  
.....  
.....  
.....

5. Quelle leçon tirer de cet exemple quant aux relation individus-groupes dans l'organisation ?

.....  
.....  
.....

**Document 11 : Déjouez les pièges que vous tend votre cerveau**

Personne n'échappe à ces processus mentaux, souvent inconscients, qui faussent notre perception de la réalité. [...] La première idée ou la première impression n'est pas toujours la plus judicieuse. "Il est sympa, cet Eric. C'est un boute-en-train et un excellent meneur d'équipe !" Ce dirigeant d'une grande banque est sorti d'un séminaire de «team building»\* ébloui par l'un de ses managers, avec qui il venait de réaliser un jeu de construction. Au point de décider, quelques mois plus tard, de le nommer directeur d'une entité. Il n'a pas tardé à s'en mordre les doigts. "En interrogeant son équipe, nous avons découvert qu'il se comportait en bourreau", raconte Arnaud Gilberton, manager chez IDRH (conseil) et chargé du coaching d'Eric avant son entrée en fonction.

Motif de cette erreur de casting : une décision prise à partir d'impressions saisies dans un contexte non professionnel. Les chercheurs appellent cela l'erreur fondamentale d'attribution. "Pour apprécier un comportement, résume Patrick Amar, nous tendons à sous-estimer l'impact du contexte, plus complexe à analyser, pour nous focaliser sur ce qui est immédiatement visible et en attribuer l'origine à l'individu." Ainsi, c'est la situation de jeu, plus que le caractère d'Eric, qui avait séduit le dirigeant.

*\*le team building c'est réunir son personnel ou les membres d'une équipe de travail autour d'une activité artistique, sportive, culturelle, ... hors du cadre de l'entreprise. Dans le but d'apprendre à connaître ses collègues sous un autre angle que l'angle professionnel.*

Magazine capital, juin 2011

**Activité 6 : Conseiller le commercial avant son rendez-vous (documents 12 et 13)**

Caroline Cresp la commerciale de l'entreprise a rendez vous avec un prospect asiatique du quartier de la Haie-coq à Aubervilliers (93). Elle ne sait pas trop comment aborder le rendez-vous avec M. Lee van Lu qui est, elle n'en est pas sûre, chinois.

1. Cette vidéo fait allusion à quelle représentation sociale ?

.....

2. Faites la liste des stéréotypes associés à cette représentation sociale ?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

3. Quel conseil pourriez vous donner à Caroline Cresp avant son rendez-vous ?

.....  
.....  
.....



**Document 12 : Représentations et stéréotypes.**

Les représentations sont un ensemble d'informations, d'opinions et de croyances partagées au sein d'un groupe social. Les stéréotypes des images simplifiées (à connotation fautive ou exacte) que l'individu se fait d'un groupe auquel il n'appartient pas. Ils génèrent généralement des analyses fausses ou trop simplistes des caractéristiques personnelles et des traits de personnalité et du groupe visé à

**Document 13 : Vidéo (les clichés sur les bridés)**