



FOR WOOD

passion

NUMERO 2 / 2007 - POUR TOUS LES EMPLOYÉS DU GROUPE DLH

NUMÉRO SPÉCIAL

Qui dit valeurs communes, dit entreprise unie



Bienvenue dans ce numéro spécial de Passion for Wood, exclusivement consacré aux valeurs du Groupe DLH.

Ce n'est probablement pas la première fois que vous entendez parler de nos valeurs... ni la dernière, d'ailleurs !

L'année prochaine, la société mère Dalhoff Larsen & Horneman A/S fêtera son centième anniversaire. Bien qu'axées sur le thème général de notre « passion pour le bois », ces festivités « tourneront autour » d'un débat sur nos valeurs.

Pour nous, ce centenaire sera l'occasion idéale de mettre en avant un ensemble de valeurs communes et de renforcer ainsi l'esprit de famille de notre entreprise.

Afin d'impliquer activement l'ensemble de notre personnel dans cette tâche ambitieuse (et de souligner que nous la prenons très au sérieux), nous avons lancé un concours international de photos et de récits, destiné à illustrer la mise en pratique de nos valeurs aux quatre coins du monde.

Ce numéro de notre magazine vous en dira plus sur le concours organisé et vous encouragera très certainement à y participer.

Nous espérons que vous aurez envie de nous soumettre vos photos et vos récits... et de contribuer ainsi à unir et à consolider le Groupe DLH.

**ÉCRIVEZ UNE HISTOIRE
OU PRENEZ UNE PHOTO
ET REMPORTEZ UN
VOYAGE DE RÊVE !**

**RENDEZ-VOUS AUX
PAGES 4 ET 5**



PRIX :

RENCONTREZ LA FAMILLE DLH



Cher membre du personnel,

Lorsque vous refermerez ce numéro de notre magazine, vous aurez lu et relu tout ce qu'il y a à savoir sur les valeurs du Groupe DLH. Vous saurez comment nous les formulons, et cela vous aura peut-être même amené à réfléchir à ce qu'elles signifient pour vous.

Tout cela est bien beau, nous direz-vous, mais comment s'assurer que nous n'en resterons pas au stade de l'intention ?

Les mots ne signifient rien en soi. Ces valeurs, nous devons les mettre en pratique si nous voulons qu'elles prennent tout leur sens. Elles doivent nous guider dans la moindre de nos décisions et de nos actions. Elles doivent se refléter dans nos activités. Elles doivent être transmises, interprétées et vécues chaque jour. Et c'est là que vos collègues et vous jouez un rôle crucial.

Dans ce numéro, nous vous présentons la façon dont nous interprétons et concrétisons toutes ces belles paroles, et nous vous invitons à donner votre avis sur cette façon de faire, car ce faisant, c'est sur notre avenir et notre trajectoire que vous avez l'occasion d'influer.

Ce n'est que tous ensemble que nous pourrons avancer.

Bien à vous,
Jørgen Møller-Rasmussen
President & CEO

L'avenir se construit sur le passé

Le Groupe DLH célèbre son centenaire en 2008. Mais quelle est la signification d'une si longue tradition ? Voyons ce qu'en dit Jørgen Møller-Rasmussen, *President & CEO*.



« D'un point de vue commercial, il est extrêmement important de posséder une longue tradition, surtout dans un secteur aussi conservateur que le nôtre. Le Groupe DLH représente tout le contraire des entreprises d'un jour qui ne pointent le bout de leur nez que quand les choses vont bien : nous serons toujours là, que les temps soient aux vaches grasses ou aux vaches maigres. Nous incarnons stabilité et crédibilité. C'est là toute la force d'être centenaire », explique Jørgen Møller-Rasmussen.

Pour lui, une expérience de longue date est un atout maître.

« Notre renouvellement à venir repose sur le meilleur de notre passé. Si

nous voulons atteindre notre objectif de croissance annuelle de 10 %, nous devons nous implanter sur de nouveaux marchés et lancer de nouvelles

activités. Nous devons soutenir notre effort pour couvrir davantage la chaîne de valeurs «de la forêt à l'utilisateur final». Il s'agit d'une évolution dynamique, grâce à laquelle nous serons toujours là en 2108 », poursuit Jørgen Møller-Rasmussen.

À la veille du centenaire du Groupe, son principal message au personnel est le suivant : « Ensemble, nous avons défini des valeurs qui témoignent de

notre passé et reflètent nos attentes pour demain. Si nous savons nous conformer à ces valeurs, je suis certain que l'avenir nous réservera un avenir lumineux. »



ÉVÉNEMENTS QUI ONT MARQUÉ DLH

Selon Jørgen Møller-Rasmussen, les trois événements suivants, entre autres, ont contribué à faire du Groupe DLH ce qu'il est devenu aujourd'hui :

1. Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, DLH ouvre un bureau en Afrique et commence à importer du bois massif tropical au Danemark et dans le reste de l'Europe. Ce secteur constitue aujourd'hui le principal domaine d'activités du Groupe DLH.
2. Dans les années 60, l'acquisition de marchands de bois s'avère un complément efficace et stable à nos activités, plus fluctuantes, liées au commerce international du bois.
3. En 2006, l'acquisition de tt Timber Group change radicalement le profil du Groupe DLH et fait de lui une entreprise soucieuse de l'environnement. Jusque là, nous étions la tête de turc des médias du fait de notre taille et de notre renommée, mais nous n'avons pas tardé à acquérir le statut de pionniers dans le domaine de l'environnement. Une caractéristique essentielle pour une entreprise qui se veut responsable.

Un centenaire durable

Les événements organisés par le Groupe DLH à l'occasion de son centenaire tourneront autour de ses valeurs.

Bonne chère, bonne compagnie, toasts et convives heureux : comment ne pas se réjouir des grandes fêtes de longs mois à l'avance ? Malheureusement, celles-ci passent souvent trop vite. Une fois la musique arrêtée et les cadeaux déballés, le train-train quotidien reprend son cours.

Quoi qu'il en soit, tel ne sera pas le cas du centenaire du Groupe DLH. L'année prochaine, la société mère Dalhoff Larsen & Horneman A/S fêtera ses 100 ans, et l'occasion sera marquée par l'organisation d'activités décisives pour nos employés, notre direction, notre clientèle et nos partenaires.

Les activités prévues reposeront sur le thème de nos valeurs. En attendant de plus amples informations, en voici déjà un avant-goût :

- Concours de photos et de récits à l'attention des employés, sur le thème « Que signifient nos valeurs pour vous ? » (voir pages 4 et 5).

- Conférence sur l'importance des forêts et des arbres dans le développement durable et la lutte contre la pauvreté en Afrique.

- Bureaux, salles de réunion et cantines... du bois, toujours et partout. La clientèle ne doit pas douter de notre passion pour le bois.

- Production d'un court-métrage sur le Groupe DLH, avec ses valeurs comme thème central.

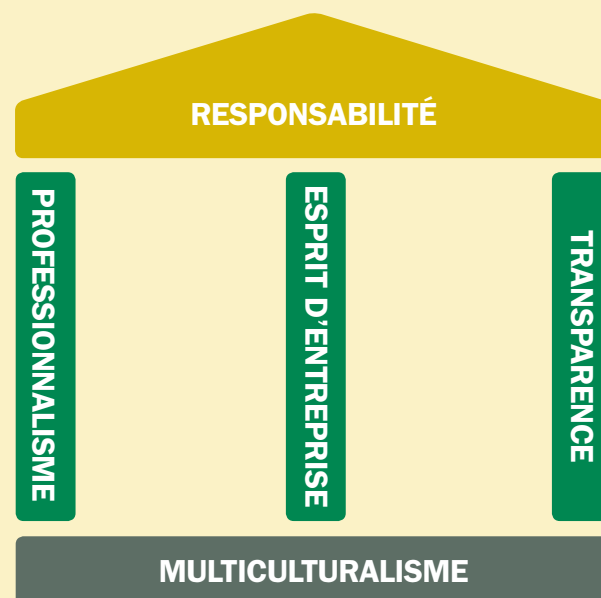
- Parrainage d'un ingénieur forestier originaire du Ghana qui suit un master au Danemark.

- L'année de son centenaire, le Groupe DLH parrainera le « Prix du bois », remis par le Conseil d'information danois du secteur du bois (TOP).

- L'année du centenaire du Groupe verra le lancement de la DLH Academy, dénominateur commun pour les formations et l'échange de connaissances au sein du Groupe DLH.

NOS VALEURS, mot à mot

Nos valeurs se tiennent les unes les autres, à l'instar des différentes parties d'une maison. Multiculturalisme est office de fondations. Professionnalisme, esprit d'entreprise et transparence/esprit ouvert sont les piliers ou les murs, sur lesquels repose le toit : notre responsabilité, dénominateur commun de toutes nos valeurs.



RESPONSABILITÉ

Nous opérons à tous points de vue de façon responsable et conforme aux principes éthiques et moraux stricts. Notre personnel est fidèle et engagé, parce que nous collaborons en toute responsabilité et en toute loyauté. Nous cherchons à relever les normes du secteur en mettant l'accent sur l'environnement, les droits de l'Homme et la responsabilité sociale.



ESPRIT D'ENTREPRISE

Nous faisons preuve de créativité dans notre façon de penser en affaires. Nous sommes constamment à l'écoute du marché et avons le flair pour dénicher de nouveaux débouchés. Nous développons nos affaires. Nous entrevoyons, créons et exploitons les potentiels. Nous avons l'énergie et la volonté requises pour promouvoir notre expansion, tant par croissance organique que par le rachat d'entreprises.



TRANSPARENCE ET ESPRIT OUVERT

Nous nous voulons une entreprise transparente. Nous devons partager nos connaissances et aller au-devant les uns des autres avec esprit ouvert et sans préjugés. Nous communiquons les bonnes et mauvaises nouvelles en toute honnêteté et dans le respect des différences culturelles existant au sein du groupe.



MULTICULTURALISME

Notre entreprise puise ses racines en Scandinavie et dans le reste de l'Europe, mais nous opérons à l'échelon mondial. Nous respectons les différents marchés et cultures avec lesquels nous entrons en interaction, et sommes à même de nous y adapter. Nous sommes une entreprise d'une grande envergure et d'une grande souplesse, prête à relever tous les défis.

INVITATION AU CONCOURS

Illustrez nos valeurs, racontez-nous une histoire

Vous rêvez de découvrir les forêts tropicales du Congo, d'affronter le grand froid de Sibérie ou d'écouter vivre Copenhague ? Racontez-nous un épisode intéressant de votre vie quotidienne (ou d'un jour de fête) et remportez une visite avec vos collègues à l'un des quatre coins du monde DLH.

Tandis que vous lisez cet article, le soleil se lève sur une autre région du monde, où un autre employé DLH se rend au travail. Il traverse la forêt, la poussière aux pieds, il traverse la ville en moto ou en voiture ou il est patiemment assis dans le métro, dans le train, dans l'avion... et qui sait ? Cet employé est peut-être même une employée.

DLH possède des divisions aux quatre coins du monde. Autant de régions différentes. Mais à quoi ressemblent-elles ?

« Vous n'allez jamais le croire ! »

Racontez une histoire de votre coin du monde en photos ou avec des mots. Montrez à quoi ressemble votre région. Ou à quoi elle pourrait ressembler. Ou encore, à quoi elle devrait ressembler. Décrivez-nous un bon moment passé dans le cadre de votre travail, dans votre district. À quand remonte la dernière fois où vous vous êtes écrié « Vous n'allez jamais le croire ! » en arrivant au bureau ou après avoir raccroché le téléphone ?

Qu'avez-vous alors raconté à vos collègues ? Quelle était cette histoire ? Où était le piquant de la situation ? S'agissait-il d'une bonne affaire, d'un moment de frayeur, d'une pensée amicale ?

Deux catégories

DLH invite l'ensemble de son personnel aux quatre coins du monde à participer au concours. Celui-ci comprend deux catégories : **le meilleur récit** et **la meilleure photo**. Vous pouvez bien sûr participer aux deux. Armez-vous de votre appareil photo ou empruntez celui d'un proche. Prenez une photo qui illustre DLH au quotidien dans votre pays. Ou illustrez la vie de notre entreprise par des mots.

Ce numéro de *Passion for Wood* est consacré aux valeurs de DLH (cf. page 3). Pouvez-vous les illustrer par un récit ou une photo ? Peut-on percevoir l'esprit de responsabilité de votre division ? Que diriez-vous de nous décrire son ouverture ?

Vous pouvez également inventer un récit illustrant un événement réel. Notre seule exigence est que vous écriviez une histoire. Avec une action. Elle peut faire rire, émouvoir ou faire réfléchir et peut naturellement comprendre des éléments liés au bois ou aux arbres (bien que cela ne soit pas une condition sine qua non). À vous de choisir ! Si vous savez dessiner, vous pouvez également accompagner votre récit d'illustrations.



Envoyez-nous vos photos et vos récits. Peut-être serez-vous l'un des heureux gagnants d'un voyage vers une destination DLH ?

Prix du concours de photos : voyage accompagné vers une destination DLH à convenir.

Prix du concours de récits : voyage accompagné vers une destination DLH à convenir.



PRIX :

RENCONTREZ LA FAMILLE DLH





PRATIQUE : Procédure



Envoyez votre récit et/ou vos photos numériques par e-mail, sous forme de pièces jointes. Le cas échéant, vous pouvez envoyer les illustrations accompagnant votre récit sur papier. Vous pouvez soumettre autant de photos ou de récits que vous le souhaitez. Si vous n'avez pas d'autres possibilités, nous acceptons les photos prises par téléphone portable. Néanmoins, les meilleures photos restent celles prises à l'aide d'un vrai appareil numérique. Les photos doivent avoir une qualité minimale de 300 DPI.

Envoyez vos photos et/ou votre récit à l'adresse suivante : values@dlh-group.com



Vous pouvez également envoyer vos disquettes ou vos CD avec votre récit et/ou vos photos à :

Dalhoff Larsen & Horneman A/S
Skagensgade 66
2630 Taastrup
Danemark
Mention : Valeurs DLH

Votre contribution doit nous parvenir au plus tard le 1^{er} septembre 2007.

Si vous n'avez pas d'autres possibilités, nous acceptons les photos prises par téléphone portable. Néanmoins, les meilleures photos restent celles prises à l'aide d'un vrai appareil numérique.



Nous faisons partie d'une même organisation, régie par des valeurs communes, certes, mais au quotidien, chacun travaille dans son pays. C'est pourquoi nous avons choisi d'offrir aux deux gagnants de notre concours la possibilité de rendre visite à d'autres membres de la famille DLH.

Ainsi, les vainqueurs pourront librement choisir de visiter l'une des villes du monde où le Groupe DLH est implanté. Celle-ci les accueillera et leur présentera les activités locales de DLH. De plus, ils pourront découvrir certaines attractions touristiques locales.

Publication des meilleures contributions

Il sera sans aucun doute difficile de départager les vainqueurs parmi le grand nombre de photos et de récits que nous ne manquerons pas de recevoir.

Nombreuses seront les contributions qui, même si elles ne décrochent pas le premier prix, mériteront que nous leur fassions honneur. C'est pourquoi nous avons décidé de rassembler

tous les meilleurs récits et toutes les meilleures photos dans une publication qui sera diffusée à l'occasion de notre centenaire en mars 2008.

Par conséquent, tout le matériel transmis dans le cadre du concours pourra être librement utilisé dans le cadre des activités de DLH et de sa publicité.

IMPORTANT !

Nous nous réservons le droit d'utiliser gratuitement tout le matériel transmis à l'occasion du concours dans le cadre des activités et de la publicité de DLH.

En guise de préparation à notre concours de photos, nous vous proposons ci-dessous dix petites astuces, qui vous seront précieuses, que vous photographiez des personnes ou pas. Les cinq premières sont incontournables.



CONSEILS POUR RÉUSSIR VOS PHOTOS NUMÉRIQUES

- 1 Réglez votre appareil numérique sur la meilleure qualité.
- 2 Trouvez un bon endroit pour vos prises de vue. Si vous photographiez une personne, le meilleur endroit est souvent celui où elle travaille habituellement. Demandez-lui de s'occuper pendant que vous prenez la photo. Cela apportera davantage de vie à votre photo et en dira plus long sur la personne.
- 3 Consacrez le temps nécessaire à chaque prise de vue et n'interrompez pas votre séance photos. Soyez patient et attendez le bon moment. Il est toujours utile d'avoir plusieurs photos parmi lesquelles choisir.
- 4 Déplacez-vous avant de prendre une photo. Essayez de photographier sous différents angles : de près, de loin, d'en haut, d'en bas ou de côté.
- 5 N'oubliez pas qu'une photo doit comprendre un premier plan (avant-plan), un second plan et un arrière-plan. Positionnez la personne à photographier au second plan et effectuez la mise au point sur celle-ci.
- 6 Tenez fermement votre appareil et appuyez délicatement sur le déclencheur. Posez éventuellement votre appareil sur une surface dure. Rentez les coudes et écartez les jambes pour bien assurer votre équilibre.
- 7 Si vous êtes à l'extérieur, prenez toujours vos photos dos au soleil.
- 8 Pour composer une photo harmonieuse, recourez à la section d'or. Imaginez que votre photo est subdivisée en trois fois trois cases. La section d'or se situe autour de chacune des intersections de la case du milieu. Positionnez le sujet principal à l'une de ces intersections.
- 9 Prenez plusieurs photos, les unes de loin pour embrasser l'ensemble du paysage et les autres de près. Rapprochez-vous davantage que vous ne le pensiez a priori. Prenez des gros plans. Faites également ressortir les petits détails dans votre photo.
- 10 Évitez les perturbations à l'arrière-plan. Déplacez-vous ou demandez à la personne que vous photographiez de se déplacer jusqu'à ce que vous obteniez un arrière-plan harmonieux. N'oubliez pas qu'une photo est bidimensionnelle. C'est pourquoi il est possible que la hampe d'un drapeau ou un arbre à l'arrière-plan semble sortir de la tête de la personne photographiée si celle-ci est mal positionnée. N'oubliez pas que votre sujet est plus important que tous les détails de l'arrière-plan.

JURY

Peter Tygesen, écrivain, et Lars Schwander, photographe, passeront en revue toutes les contributions reçues et sélectionneront la meilleure photo et le meilleur récit.

Lars Schwander
Fondateur et directeur du Centre de la photographie à Copenhague

Lars Schwander est membre de l'Association internationale des critiques d'art et ancien commissaire d'exposition du musée d'arts modernes danois Louisiana.

Il est conseiller artistique du Hasselblad Center. En 2007, il est membre du jury du Hasselblad Award (Göteborg) et du Prix BMW (Paris). En outre, il fait partie du groupe de sélection de l'Infinite Award (New York) et du Deutsche Börse (Londres).

Par ailleurs, les œuvres de Lars Schwander figurent dans différents ouvrages.



Peter Tygesen
Journaliste, écrivain, auteur et conférencier

Depuis 1980, Peter Tygesen étudie l'évolution de l'Afrique moderne, aussi bien en tant que correspondant local au Zimbabwe et en Afrique du Sud qu'en tant que grand reporter attaché, entre autres, à la chaîne de télévision nationale danoise « Danmarks Radio ».

En 2001, Peter Tygesen a publié le livre « Congo - formoder jeg » (« Congo, je présume ? »), une série de récits sur les conditions de vie et l'histoire de ce grand pays d'Afrique.

Le sens de nos valeurs pour chacun

Les valeurs de DLH sont les principes à la base de nos activités. Ils conjuguent notre identité actuelle et nos ambitions et reflètent les personnes qui se cachent derrière les faits et gestes de notre entreprise.

« Valeurs » n'est pas synonyme de « règles ». Il s'agit de principes porteurs, dans un monde qui amène son lot de dilemmes et de décisions difficiles. Les valeurs sont rarement perceptibles, mais elles reflètent notre identité et indiquent la voie que nous entendons suivre.

Ainsi, les valeurs constituent un élément crucial du processus de décision de l'ensemble du personnel, notamment face à des décisions importantes ou à un dilemme, qu'il soit de nature éthique ou commerciale.

Dans tous les cas, chaque décision doit être soupesée à la lumière de nos valeurs. Pour autant que nous leur soyons fidèles (et que nous y croyions et en tenions compte dans notre travail), ces valeurs nous aideront à prendre de meilleures décisions.

L'ensemble des valeurs du Groupe représente donc un outil précieux pour chaque membre du personnel au quotidien.

« VALEURS » N'EST PAS SYNONYME DE « RÈGLES ». IL S'AGIT DE PRINCIPES PORTEURS, DANS UN MONDE QUI AMÈNE SON LOT DE DILEMMES ET DE DÉCISIONS DIFFICILES.

CHAQUE MEMBRE DU PERSONNEL DU GROUPE DLH « INTERPRÈTE » LES VALEURS ET VEILLE À LES INTÉGRER DANS SON TRAVAIL QUOTIDIEN.

Mise en pratique de nos valeurs

Chaque membre du personnel du Groupe DLH « interprète » les valeurs et veille à les intégrer dans son travail quotidien. Autrement dit, la direction comme les employés doivent agir en toute *responsabilité*. Ils doivent faire preuve à tous égards d'*esprit d'entreprise*, de *professionnalisme* et de *transparence* et ne jamais perdre de vue que le Groupe DLH est une entreprise *multiculturelle*.

À la suite des acquisitions de ces dernières années, des différences persistent tout naturellement au sein du Groupe DLH. Bien que cela soit parfaitement normal et acceptable, il importe, dans nos efforts pour renforcer et unir notre entreprise, que chaque membre du personnel s'imprègne de nos valeurs et les applique tout en respectant son identité culturelle personnelle et les différences éventuelles entre collègues d'un bout à l'autre du monde.

Nos valeurs vues de l'intérieur

Il y a un an, nous avons consulté quelque 40 cadres issus de l'ensemble du Groupe DLH, y compris du tt Timber Group et d'autres entreprises rachetées. Le but était d'obtenir un « instantané » des valeurs du Groupe et de recueillir les attentes de chacun quant à nos valeurs à venir. Voilà quelques-uns des fruits de notre récolte.

Quelles vertus devrions-nous tous cultiver ?

- « Probité, car les tentations sont légion dans notre secteur. »
- « Une passion pour le bois. »
- « Loyauté »
- « Compétences professionnelles, conduite, sérénité et honnêteté. »
- « Talent commercial et déontologie. »
- « Sincérité et qualifications professionnelles. »

Quelles sont les caractéristiques propres au Groupe DLH ?

- « Patience, flexibilité, capacité d'adaptation. »
- « Nous sommes un acteur universel qui n'exploite pas pleinement son potentiel d'entreprise verte. »
- « Nous formons une seule et même grande famille. »
- « Je pense que la plupart voient en DLH une entreprise qui devrait chercher à trouver le juste équilibre entre le profit et le facteur humain. »
- « Entreprise réputée pour sa franchise. On ne trouve pas mieux en termes de prise en charge de la clientèle. »
- « Nous sommes un acteur universel et professionnel. »

De quoi pouvons-nous être fiers ?

- « Nos activités en Afrique. »
- « Nous sommes de bons commerçants ! Notre habilité à faire de bonnes affaires. »
- « Je suis très fier des accomplissements de notre équipe au Congo, et nous devons nous en servir proactivement. »
- « Nos résultats économiques ! »



Nos valeurs : un outil de travail

Peter Engelsted Jonassen, *Vice President Human Resources*
sous le feu croisé

Pourquoi le Groupe DLH a-t-il besoin de définir des valeurs ?

« Il s'agit d'un outil de travail destiné à aider le personnel et la direction à travailler conformément aux principes de DLH. Elles nous permettent de définir clairement ce en quoi notre entreprise croit et ce qu'elle représente. Les valeurs seront à la base de l'évolution à venir de DLH.

Les valeurs de DLH renforceront les bases d'une entreprise saine et dynamique, dont la clientèle et le personnel sont pleinement satisfaits. Pour moi, c'est comme le début d'un voyage dans le cadre duquel tous les membres du personnel embarquent dans un même navire. Nous suivons la même voie et partageons les mêmes intérêts. Une bonne collaboration et la définition de règles de jeu communes (nos valeurs) garantiront le bon déroulement de notre expédition et notre arrivée à bon port.

Les cinq valeurs sur la base desquelles nous opérons sont d'ailleurs le résultat d'un processus réalisé à l'échelon mondial. Nous avons consulté un grand nombre de nos collaborateurs pour savoir ce qui les motive dans leur travail chez DLH, afin que ces valeurs reflètent l'organisation dans toute son étendue. » (voir aussi page 7, réd.)

Définir des valeurs communes au sein d'une entreprise mondiale, c'est n'est pas utopique ?

« Non, bien au contraire. C'est précisément parce que nous sommes une entreprise mondiale que le fait de définir des valeurs communes prend tout son sens. Nous employons 4 000 personnes de par le monde et tablons sur un chiffre d'affaires annuel de 7,5 milliards DKK. Nous opérons dans des milieux vulnérables et notre réseau s'étend aux quatre coins du monde. Cela ne va pas sans son lot d'obligations. Nous sommes donc contraints de veiller à ce que notre entreprise repose sur des principes de base auxquels chacun peut adhérer et se conformer.

Le but, c'est qu'à chaque fois que nous agissons ou sommes appelés à prendre une décision, nous nous demandions : « Est-ce bien responsable ? ».

Nos valeurs sont l'âme de notre entreprise. Il s'agit de mots « tout droit venus du cœur » de nos collaborateurs, lorsque nous les avons interrogés. Il s'agit des valeurs auxquelles ils croient. En tant que direction, nous devons rester à l'écoute et veiller à diffuser ces valeurs au sein de l'entreprise. »

Comment applique-t-on des valeurs en pratique ?

« Nous entendons garantir que le personnel du Groupe DLH n'ait pas de doute quant aux éléments auxquels la direction accorde de

l'importance lors de la prise d'une décision, de la conclusion d'une affaire, de la signature d'un contrat ou autre. Permettez-moi de vous donner un exemple :

Un lot de bois vous est proposé. Le prix est intéressant. A priori, vous auriez tort de refuser. Toutefois, vous devez également vous demander s'il serait responsable de conclure cette affaire et si celle-ci respecte nos exigences internes. En d'autres termes, pouvons-nous répondre de cette affaire ?

La réponse est rarement simple et exige dans une large mesure du bon sens et de la réflexion, mais grâce à nos valeurs communes, nous définissons une base de décision indiquant la voie que DLH, en tant qu'entreprise responsable, souhaite suivre. En compromettant notre responsabilité, nous perdrons notre crédibilité, et cela pourrait avoir des conséquences graves.

L'ancrage de nos valeurs dans l'organisation va prendre du temps, mais c'est un peu comme l'ensemble des règles qui régissent une famille. Il s'agit de règles de conduite auxquelles les enfants comme les parents et les grands-parents peuvent s'identifier, et personne ne passe ses journées à en parler et à les rappeler. Elles existent, tout simplement. Toutes nos actions en portent l'empreinte et chacun connaît l'importance de ces règles. »

LES CINQ VALEURS DE DLH APPROFONDIES PAR PETER ENGELSTED JONASEN :

Valeur générale : responsabilité

- Responsabilité sociale de l'entreprise (ou Corporate Social Responsibility en anglais [CSR]) : par exemple, l'environnement, les valeurs sociales et les droits de l'Homme
- Responsabilité de chacun des membres du personnel dans ses actions

Professionnalisme

Crédibilité – compétence – conduite – intégrité – création de relations

Esprit d'entreprise

Souplesse – capacité d'adaptation – recherche constante de nouvelles façons d'agir – recherche de nouveaux marchés et de nouveaux débouchés – acceptation du fait que des échecs sont inévitables en chemin

Transparence / esprit ouvert

Franchise – apprentissage tout au long de la vie – curiosité – transparence de l'organisation

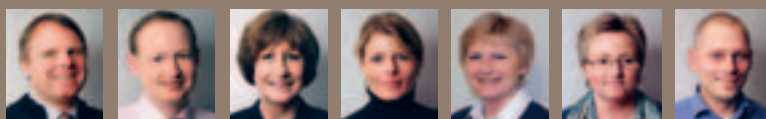
Valeur fondamentale : multiculturalisme

- Acceptation et respect des différences
- Nous jouons à la fois un rôle à l'échelon local et mondial

« Nos valeurs sont l'âme de notre entreprise. Il s'agit de mots « tout droit venus du cœur » de nos collaborateurs, lorsque nous les avons interrogés. Il s'agit des valeurs auxquelles ils croient. En tant que direction, nous devons rester à l'écoute et veiller à diffuser ces valeurs au sein de l'entreprise. »

Peter Engelsted Jonassen, *Vice President Human Resources*

passion FOR WOOD



"Passion for Wood" est publié deux ou trois fois par an en danois, en anglais et en français. Il est rédigé par une grande équipe, composée de : Peter Jonassen (responsable) et Peter K. Kristensen (Groupe DLH), Sheila Hoggarth et Natalie Graf (Hardwood Division), Helle Esbensen (Building Materials Division), Gitte H. Reimer (Timber & Board Division) et Lars Bo Kirk (externe). Design et production : Boje & Mobeck