



CONCOURS 2008
PROMOTION
DE L'ETHIQUE
PROFESSIONNELLE
ROTARY – CGE
CONFERENCE
DES GRANDES ECOLES

« Prix Régional »
District 1680

MENTION
Concours National
Remis le 27 mai à
l'UNESCO

**« Placements éthiques : La probité dans les affaires
peut-elle être rentable ? »**

Ecole de
Management
Strasbourg

Université Robert Schuman

Nathalie TOURATIER

Placements éthiques : La probité dans les affaires peut-elle être rentable?

Angle d'approche

L'éthique est devenue en quelques décennies un élément déterminant quant aux choix stratégiques des entreprises sur l'environnement. Le réchauffement climatique, le travail des enfants, la déforestation de la forêt amazonienne, en passant par les expériences en laboratoires sur des animaux, tous ces éléments soulevant de nombreuses polémiques font désormais l'objet d'agitations journalistiques.

Etant étudiante en logistique, je me réjouis que ce sujet complexe et ambigu soit le thème d'un concours. Je serai très prochainement amenée à accompagner et conseiller les entreprises quant à leurs choix stratégiques, et cette responsabilité nécessite une appréciation des valeurs sociales et environnementales.

Dans cette perspective, je me suis demandé comment une entreprise peut assurer sa pérennité économique tout en respectant l'environnement, ses salariés et autres valeurs morales ?

En d'autres termes, comment peut-elle maintenir la cohésion et l'efficacité de son système organisationnel tout en étant confrontée aux pressions éthiques ?

La présente réflexion sera alors marquée par une volonté d'ouverture, se proposant d'associer les différents concepts, et d'analyser les débats éthiques actuels qui font désormais parti du paysage médiatique.

Résumé

L'éthique professionnelle est un sujet très controversé de nos jours. Après avoir déterminé certains termes clés, nécessaires à l'étude du sujet, une analyse profonde des critiques adressées aux entreprises ces dernières années sera établie.

Le but de cet essai est d'acquiescer une vision réaliste des problèmes éthiques auxquels les entreprises sont actuellement confrontées. A travers les enjeux, les conflits et les incidences perçues sur l'activité, le raisonnement s'attachera à montrer que les mesures éthiques ne sont pas des contraintes, mais une occasion de contribuer à un monde meilleur sans délaisser les objectifs financiers permettant la stabilité et le maintien de l'organisation.

Bibliographie

Ouvrages :

-Jean-Yves Naudet (2001) :Ethique en Entreprise

-El Mestiri, Ezzedine (2003) : Le Nouveau Consommateur - Dimensions Éthiques Et Enjeux Planétaires

-Palgrave Macmillan, (2006) Corporate social responsibility : balancing tomorrow's sustainability and today's profitability

Articles :

-Alternatives économiques: Article « Les produits d'investissement éthiques et solidaires » (décembre 2006)

-Le Monde : Article « Preuves de vertu ou publicité mensongère » (12 février 2008)

-The guardian, London (Samedi 18 octobre 2005, Page 12):Nestlé's Fairtrade coffee gets mixed reaction from critics

-Gelb, D. S. & Strawser, J. A. (2001) 'Corporate social responsibility and financial disclosures: An alternative explanation for increased disclosure', Journal of Business Ethics, vol. 33, no. 1.

Sites Internet :

<http://www.mybizwarehouse.com/2ndbusiness/2004ConeCorporateCitizenshipStudy.pdf>

<http://www.clrlabor.org/alerts/2005/oct10-nestle.htm>

http://www.whirlpoolcorp.com/social_responsibility/community/mexico_disrelief.asp (Retrieved May 20, 2006)

<http://www.wikipedia.fr>

Placements éthiques : La probité dans les affaires peut-elle être rentable?

Il n'est pas éhonté mais réaliste que de concevoir un dirigeant ou une compagnie réussissant avec des comportements qui réprouvent la morale : absence de scrupules, égoïsme, mensonges, malhonnêteté, corruption. Cependant, on constate que le comportement de l'entreprise, aussi bien sur les salariés, fournisseurs, clients ou encore l'environnement concerne de plus en plus l'opinion publique.

La recrudescence des scandales concernant les conduites inéthiques de certaines Firmes Multinationales a engendré depuis quelques décennies une prise de conscience massive et des répercussions directes sur la consommation.

Cela concerne majoritairement les pays industrialisés où les consommateurs manifestent leur mécontentement par le biais de pétitions, de manifestations, ou encore en boycottant certains produits.

Non sans faire preuve d'abnégation entrepreneuriale, est-il possible de choisir l'éthique d'entreprise comme stratégie gagnante ?

Le rôle, l'évolution et les répercussions des conduites éthiques témoignent-elles qu'un comportement vertueux peut être rémunérateur ?

1) Rôle et évolution de la responsabilité éthique des entreprises

Afin de comprendre l'évolution et l'importance croissante de la responsabilité éthique dans notre société, il est important de définir certains termes clés.

L'éthique, selon Platon repose sur le principe que la connaissance de Bien constitue le fondement de l'éthique. En d'autres termes, celui qui entend bien conduire sa vie propre ou la vie de la cité doit posséder la science du Bien s'il veut que règne l'harmonie entre les parties de son âme et autres classes qui composent la cité (condition de la réalisation de la justice).

Par ailleurs, Kant qui part du fait que l'homme a un devoir envers l'homme et que ce devoir doit tout guider afin de donner naissance à un monde humain et non à un monde inhumain écrira : « Agis toujours de telle sorte que tu traites l'humanité, aussi bien en ta personne qu'en celle d'autrui, comme une fin et jamais comme un simple moyen. » Il fonde, de cette façon, la critique radicale de l'esclavage, et pose les jalons de ce qu'il nomme déjà les «droits de l'homme».

Hans Jonas, précurseur du principe de responsabilité apportera à cette citation de Kant le complément suivant :« Agis de façon que les effets de ton action soient compatibles avec la permanence d'une vie authentiquement humaine sur terre et de façon que les effets de ton action ne soient pas destructeurs pour la possibilité future d'une telle vie. » .Cette idéologie structurera un peu plus tard la pensée des écologistes, en les éclairant sur le principe « pollueur-payeur »

Une fois ces termes assimilés, il est intéressant de comprendre comment le concept a évolué en se penchant sur le principe d'éthique d'entreprise.

Selon Marjaana Kopperi, professeur à l'Université d'Helsinki, "Le business éthique peut être défini comme regroupant les responsabilités sociale et écologique du business".

Source: Business Ethics in Global Economy., livre publié le 12/11/2007

Selon cette définition, le dirigeant de l'entreprise ne doit pas baser ses objectifs exclusivement en termes de rendements économiques, mais aussi avoir des responsabilités et préoccupations sociales et écologiques.

Sous cette même perspective, la façon de diriger une entreprise tout en respectant les attentes éthiques, commerciales et publiques de la société (appelée Responsabilité sociale d'entreprise) va alors exercer une influence sur chaque secteur de la compagnie.

L'autre expression technique nécessaire pour comprendre le sujet global concerne la citoyenneté d'entreprise. Ce principe vise à établir des relations équitables, honnêtes et profitables à toutes les parties.

En d'autres termes, une entreprise citoyenne est une entreprise qui s'engage à témoigner le plus grand respect envers toutes les parties prenantes : personnel, clients, actionnaires, partenaires, fournisseurs et collectivités. Elle se doit par la même occasion d'offrir un environnement de travail sûr, sain et équitable à ses employés.

La citoyenneté d'entreprise est rentrée en force vers 1980. Les " Mouvements de Consommateur", ont engendré une prise de conscience massive dans les compagnies et des groupes d'études ont pris forme afin d'analyser et de comprendre le comportement d'entreprise et l'effet qu'il avait sur les consommateurs. Aux alentours des années 1990, les citoyens principalement dans les pays développés, ont commencé à se poser des questions sur les bénéfices faramineux qu'obtenaient les FMN et l'écart grandissant entre les riches et les pauvres. Depuis, les générations sont plus socialement conscientes.

De ce fait, en 2004, une étude menée aux Etats-Unis a prouvé que 80 % des Américains considéraient la citoyenneté d'entreprise lorsqu'ils achetaient un produit d'une compagnie particulière. 81% communiquaient leur mécontentement à leur proches, 80% refusaient d'investir dans l'action de cette firme, et 73% boycottaient les produits et services de cette même entreprise.

Source : 2004 Cone Corporate Citizenship Study

<http://www.mybizwarehouse.com/2ndbusiness/2004ConeCorporateCitizenshipStudy.pdf>

Ces statistiques démontrent la force et le pouvoir qu'ont les citoyens envers une compagnie. Le rôle de la responsabilité éthique ayant pris des proportions endémiques, il est alors intrigant et captivant de comprendre les enjeux, récompenses ou sanctions perçues suite à des actions éthiques.

2) Enjeux, conflits et répercussions de conduites éthiques

"Qu'est ce que Nike, Coca-Cola, McDonald et Nestlé ont en commun ?" Hormis que ces marques sont les plus connues du monde, elles s'avèrent également être les marques les plus boycottées de la planète.

Parmi toutes ces compagnies, Nestlé, premier producteur de chocolats et produits pour bébé au monde semble être la marque la plus boycottée du Royaume-Uni . En se penchant sur ce cas, il est apparu que son comportement inéthique était la cause de ce boycottage.

L'entreprise a été accusée pour plusieurs raisons : diffusion de campagnes publicitaires agressives et irresponsables concernant la nourriture pour bébé en Afrique, piétinement des droits des travailleurs. D'autre part, différents procès ont été intentés accusant Nestlé de trafiquer le passage d'enfants maliens vers la Côte d'Ivoire, afin de les forcer à travailler 12 à 14 heures par jour

Source: Campaigns for labour rights: Two reasons to think twice about Nestle

<http://www.clrlabor.org/alerts/2005/oct10-nestle.htm>

Toutes ces accusations et conflits éthiques ont entraîné la perte de confiance des consommateurs, et une baisse considérable des ventes ainsi que de l'action en bourse.

Cet exemple illustre bien que les conflits éthiques sociaux sont désormais intégrés et pris en compte par les clients. Ce sont par conséquent les réactions et réponses aux pratiques jugées inhumaines et indescendentes des consommateurs des pays riches qui poussent les entreprises à adopter une certaine éthique.

Il est alors intéressant d'analyser les différentes actions entreprises par les firmes pour insuffler une image positive, durable et de confiance aux consommateurs.

La compagnie peut adhérer à un organisme international ou gouvernemental pour mettre en place certaines normes garantissant certaines caractéristiques des produits tels que la qualité, le respect de l'environnement, la sécurité, la fiabilité, le respect des droits de l'Homme ou encore faciliter le commerce équitable. Parmi tous ces organismes, l'organisation ISO, qui est une organisation non gouvernementale, reconnue dans 155 pays, et qui concerne tous les secteurs d'activités semble jouer un rôle essentiel quant à la normalisation dans le monde.

Si Nestlé a perdu la confiance et l'estime de ses clients, à l'inverse certaines compagnies ont adhéré à ce type d'organisme pour obtenir une image éthique et gagner à long terme la confiance des clients.

Whirlpool Corporation serait un très bon exemple : Le plus grand fabricant et vendeur d'électroménager dans le monde (170 pays) est très impliqué dans la protection de l'environnement. La compagnie est un partenaire actif de ENERGY STAR (organisation qui protège l'environnement) et a démontré son engagement envers la communauté et la société à travers son partenariat avec: "Habitat for Humanity" (Habitat pour l'Humanité).

Elle s'est engagée à construire 100.000 maisons entre 2001 et 2005 pour les habitants pauvres et les sans-abri au Mexique. Sous la même perspective, elle a également soutenu la population affectée par les tempêtes, les pluies, les inondations et les tremblements de terre, réparant gratuitement les appareils defectueux.

Source: Whirlpool Corporation. (2005) corporate code of ethics.

http://www.whirlpoolcorp.com/social_responsibility/community/mexico_disrelief.asp

Les ventes de Whirlpool ne cessent pas pour autant d'augmenter ! Malgré une implication éthique ciblée, le Chiffre d'Affaires global du groupe n'a cessé de croître ces dernières années. En fin d'année 2007, le groupe annonçait une croissance du CA de 12% en Europe, 26% en Asie et 30% en Amérique latine !

Après analyse de ces comportements, on peut distinguer deux raisons principales qui poussent les entreprises à agir éthiquement, contribuant ainsi à la croissance des pays tout en respectant l'environnement :

- En investissant, produisant, payant des salaires et des impôts, les compagnies peuvent contribuer à la croissance du pays où elles s'installent.
- Dans un deuxième temps, en instaurant des codes, des normes sociales et une politique de respect de l'environnement, l'entreprise gagne la confiance des travailleurs et des consommateurs qui seront plus aptes à consommer un produit de cette marque plutôt qu'un produit concurrent.

3) L'éthique d'entreprise : un comportement volontaire ou obligatoire ?

Les exemples analysés précédemment ont démontré qu'à travers une implication des consommateurs et une législation plus contrôlée, les sociétés modernes révèlent leur soucis de se procurer des produits respectueux de l'environnement.

Il serait cependant naïf de croire que les compagnies agissent par altruisme, totalement désintéressées de leur placement éthique.

Il est d'ailleurs notable que la Responsabilité Sociale d'entreprise diminue considérablement dans les pays où la législation est ferme alors qu'elle persévère dans les pays où la législation est plus souple, voire inexistante.

Quels sont alors les moyens pour contourner les « obligations » éthiques imposées aux entreprises par les consommateurs, l'Etat, et autres groupes de pression ?

Si elles ont compris que suivre une certaine éthique morale et sociale leur permettait de subsister, percer ou même prospérer dans nos sociétés, l'ouverture des frontières et le commerce international leur a néanmoins permis d'obvier à leurs engagements.

Le recours à la sous-traitance s'avère être la meilleure formule pour déléguer des responsabilités, conserver une image éthique sans atténuer les objectifs financiers.

Cette forme de délégation, entraînant la dilution et la perte de l'information entre les interfaces permet par conséquent une précarisation des conditions de travail complètement légale puisque les responsabilités sont mandatées.

Le cas de Nestlé qui achetait du cacao récolté par des enfants d'une entreprise sous-traitante en Côte d'Ivoire était très difficile à condamner pour cette même raison.

D'autre part, l'affaire du Navire Clemenceau en 2006 illustre bien le détournement des obligations environnementales en ce qui concerne la gestion des déchets : l'Europe ne disposant pas de filière industrielle capable de recycler les navires dans les meilleures conditions pour préserver la santé des travailleurs et l'environnement a de ce fait confié cette tâche aux pays asiatiques.

Ainsi, de nombreux bateaux en fin de vie provenant des pays du Nord, sont démantelés en Asie (surtout au Bangladesh) en imposant des risques sanitaires pour les travailleurs particulièrement élevés. Cette pratique permet d'autre part aux firmes françaises de se décharger de toute responsabilité.

Sans noircir toutes les tentatives éthiques des compagnies, on peut cependant à travers quelques exemples souvent médiatisés se rendre compte des dérives et moyens utilisés pour étayer les obligations sociales, environnementales, fiscales ou encore juridiques des entreprises.

Dans nos sociétés actuelles, l'éthique est devenue un enjeu incontournable pour les firmes internationales du fait de la pression croissante de l'opinion publique.

Les "stakeholders" et les clients se sentent de plus en plus concernés par les retombées écologiques et sociales des produits qu'ils achètent et attendent que les politiques d'entreprises soient performantes dans des secteurs non-financiers, incluant des droits humains, un business éthique, des politiques écologiques, et de bonnes conditions de travail (comme cela a été vu avec la compagnie Whirlpool)

Par ailleurs, en bourse, les actions des compagnies ayant misé sur les énergies renouvelables sont particulièrement rentables (Theolia, Vestas Wind, Sunpower...) et cela encourage des grands groupes à s'impliquer éthiquement.

Dans certains cas, les gains financiers devançant malheureusement les préoccupations éthiques, et notre devoir, en tant que futurs actifs et décideurs est de sensibiliser les entreprises et les citoyens aux soucis éthiques et environnementaux qui affectent notre écosystème.

Afin de préserver nos futures générations, il est alors capital que les mesures éthiques et environnementales fassent partie intégrante des priorités de l'entreprise.