



CONCOURS 2006
PROMOTION
DE L'ETHIQUE
PROFESSIONNELLE
ROTARY – CGE
CONFERENCE
DES GRANDES ECOLES

« Prix Régional »
District 1780

MENTION
Concours National
Remis le 29 mai à
l'UNESCO

L'éthique d'entreprise : quelle place pour l'environnement ?



Ecole Nationale Supérieure d'Arts et Métiers

Chambéry

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE DES ARTS ET METIERS DE CHAMBERY

Emilie BOSSANNE

Angle d'approche

Chaque individu, pour subvenir à ses besoins, utilise les ressources naturelles de la planète et génère des pollutions et déchets. Un regroupement d'individus à travers l'entreprise entretient les mêmes relations avec la biosphère. Une relation devenue critique, car nous avons pris conscience de la fragilité de la Nature et du fait que la Terre n'est plus capable d'absorber les effets sur l'environnement de nos actions. Demain, je serai amenée à accompagner les entreprises dans la prise en compte de l'environnement, sur un terrain scientifique, technique et managérial. Les questions d'éthique sont encore peu abordées dans les formations alors j'ai vu dans ce concours une opportunité formidable de tenter de prendre du recul et d'analyser la perception qu'a l'entreprise de son environnement. Car je suis persuadée que c'est à leur niveau que réside le plus grand potentiel d'action en faveur de l'environnement. En quoi l'éthique d'entreprise est-elle concernée par les questions environnementales ? Quels sont ses moyens d'actions et qu'est-ce qui la pousse à agir ? Dans un contexte où les pressions sociétales sur l'entreprise se font de plus en plus fortes, je me suis focalisée sur la problématique environnementale.

Bref abstract

La nécessité de définir certains termes et de reconnaître l'action instrumentaliste de l'homme sur son environnement s'est imposée avant de recadrer le besoin d'éthique de l'entreprise dans le contexte socio-écologique de ces dernières années. Différents outils, réglementaires et volontaires, permettent à l'entreprise de prendre conscience de son interaction avec l'environnement et d'agir en faveur de la protection de celui-ci. Un comportement éthique qui se traduit par une révolution culturelle au sein de l'entreprise. Plusieurs exemples nous montrent que l'étiquette éthique de l'entreprise n'est pas une contrainte mais une opportunité et une nécessité pour sa survie et elle conduit in fine à l'avènement d'une « entreprise dans laquelle chaque acte contribue effectivement à créer un monde un peu meilleur, non pas par altruisme, mais par nature »¹.

Bibliographie : quelques sources

- * BALLEST J. & DE BRY F., 2001 : L'entreprise et l'éthique. Edition du Seuil
- * LAVILLE E., 2006 : L'entreprise verte. 2ème édition. Editions Village Mondial
- * Conférence de la Diffusion des savoirs de l'Ecole Nationale Supérieure : Articles de presse :
 - Environnement Magazine Hors-Série, Juin 2006 : L'éthique en bannière, 2p.
 - Usine Nouvelle n° 3041, Février 2007 : Environnement, la chance de l'entreprise
- * Sites Internet :
 - www.diffusion.ens.fr : Larrère C., 2006 : Les éthiques environnementales : respect ou responsabilité ?
 - www.novethic.fr
 - www.wikipedia.fr
 - www.strategie-aims.com : GUILLON B., 2005 : La « réification environnementale » inhérente à la politique de communication d'une association professionnelle de l'énergie : le cas de l'Union française des industries pétrolières.
 - www.lemonde.fr : articles du 16/01/2007, 06/02/2007, 07/02/2007.



¹ LAVILLE E., 2006 : L'entreprise verte (page 376)

Article 1er. - Chacun a le droit de vivre dans un environnement équilibré et respectueux de la santé.

Article 2. - Toute personne a le devoir de prendre part à la préservation et à l'amélioration de l'environnement.

Article 3. - Toute personne doit, dans les conditions définies par la loi, prévenir les atteintes qu'elle est susceptible de porter à l'environnement ou, à défaut, en limiter les conséquences.

Article 4. - Toute personne doit contribuer à la réparation des dommages qu'elle cause à l'environnement, dans les conditions définies par la loi.

Extrait de la Charte de l'Environnement intégrée à la Constitution française (2004)

Au cours de ces six derniers mois, nous avons eu droit dans les médias aux boues mortelles du Probo Koala en Côte-d'Ivoire, aux boues qui ravagent encore l'Indonésie à cause de la perforation d'une poche de gaz par l'entreprise Lapindu, à l'intrusion fracassante de Nicolas Hulot dans la campagne électorale avec son Pacte Ecologique, et dernièrement au film d'Al Gore et au rapport du GIEC, pour le moins préoccupants, sur le réchauffement climatique. Ce qui est certain, c'est que l'environnement fait désormais partie du paysage médiatique et les signes inquiétants que nous observons incitent à en identifier les causes et responsabilités pour prendre les mesures adéquates. L'entreprise, que ce soit une industrie ou une entreprise de service, est un système de flux entrants et sortants qui exploite des ressources naturelles et produit de la pollution et des déchets. L'éthique joue ainsi un rôle déterminant dans les choix des actes de l'entreprise et les effets de ceux-ci sur l'environnement. Réglementation, système de management environnemental, coopération avec des organisations non gouvernementales (ONG) de protection de la nature : fin en soi ou stratégie instrumentalisante de l'éthique ? Nous verrons que plusieurs possibilités s'offrent à l'entreprise et nous nous demanderons si l'éthique d'entreprise peut être une stratégie gagnante autant du point de vue de la relation qu'elle tisse avec le citoyen et le consommateur que de la stratégie concurrentielle.

I. Ethique et environnement

Quelques définitions

Afin d'analyser clairement les liens entre éthique, responsabilité et environnement, il est nécessaire de définir quelques termes clés.

L'éthique, selon Aristote, a pour objet « le domaine de l'activité humaine reposant sur une décision » dans la recherche du « souverain Bien ». Pour Hegel, « la vie éthique est la réalisation effective de l'idée du Bien à travers l'unité du moment subjectif (la volonté) et du moment objectif, le monde extérieur en tant qu'il est marqué par les œuvres de la volonté (les mœurs). ». Ainsi, alors que la morale est un ensemble de valeurs universelles et de droits fondamentaux sur lesquels se construit la réflexion, l'éthique relève davantage du choix, se veut conjoncturelle, contextuelle et non prescriptive. Il s'agit d'une réflexion à l'épreuve de la pratique (exercice, habitude, apprentissage) nous permettant d'évaluer de manière juste nos actions. En résumé, nous

retiendrons la formule du philosophe André Comte-Sponville : « la morale commande, l'éthique recommande ».

Parler d'éthique professionnelle, c'est aussi considérer la notion de travail. Il peut être défini comme l'action de transformer la nature dans un sens utile à l'Homme. Selon Hegel toujours, "dans la nature maîtrisée par le travail, l'Homme se reconnaît et s'affirme." Ainsi, lorsque l'Homme travaille, il instrumentalise son environnement pour se maintenir, quitte à le dégrader. Ce qui signifie que si l'Homme exerce un travail non aliéné au sens de Marx, c'est-à-dire qu'il n'est pas dépossédé du sens de son travail, celui-ci devrait moralement répondre de ses actes sur l'environnement. C'est le sens de la responsabilité environnementale au sens étymologique du terme. Et plus précisément, il s'agit, pour ce qui est de l'environnement, de répondre de ses actes sur les générations futures dans un contexte où la nature n'est plus capable d'absorber « l'agir humain ». C'est ce que signifie Hans Jonas dans *Le Principe Responsabilité*. Cet ouvrage est basé sur l'idée première que la civilisation technicisée pose de nouveaux problèmes éthiques, notamment vis-à-vis de l'environnement. Plus l'homme est puissant, plus il est dangereux pour l'environnement. Ces menaces obligent donc l'homme à définir et à exercer une nouvelle forme de responsabilité non réciproque qui engage l'avenir dans sa globalité : « Agis de façon que les effets de ton action soient compatibles avec la permanence d'une vie authentiquement humaine sur terre »²

Aujourd'hui, cette responsabilité environnementale est globalisée dans les grandes entreprises. En effet, quelle multinationale ne met pas en avant, depuis une dizaine d'années, la nécessité de cette responsabilité dans un code de conduite ou une charte éthique ? D'où vient ce besoin plus prégnant que jamais d'une éthique globale d'entreprise ? Est-ce à dire que les entreprises avant n'étaient pas « éthiques » ?

De quoi ce besoin d'éthique vient-il ?

Le besoin des entreprises d'affirmer ce souci de l'environnement provient d'un faisceau de causes : urgence environnementale, scandales contribuant à une prise de conscience globale et à la structuration d'une pression sociétale plus forte, fragilisation accrue de la valeur de l'entreprise vis-à-vis de son image. Ce sont autant d'indicateurs poussant l'entreprise à consolider ses valeurs à travers une éthique d'entreprise.

Aujourd'hui, l'impact grandissant des activités humaines sur l'environnement est devenu une triste réalité quotidienne : réchauffement climatique, pollutions atmosphérique et aquatique, déchets, contamination des sols, perte de biodiversité ! Tous les compartiments de la biosphère sont touchés. L'urgence est telle que le Bien de l'homme est remis en cause à l'échelle globale, ce même Bien que l'éthique vise. Et les conséquences à moyen terme des actions des entreprises toucheront les entreprises elles-mêmes. Pour preuve, l'ancien chef économiste de la Banque mondiale, Nicholas Stern, a présenté une étude révélant que le réchauffement climatique pourrait coûter à l'économie mondiale jusqu'à 7 trillions de dollars en l'absence de mesures réglementaires d'ici 10 ans. Un autre exemple, celui de la consommation des ressources naturelles est frappant dans la mesure où les industries, bien souvent, ne considèrent les services rendus par l'environnement qu'à l'aune des ressources exploitables. Or, en 30 ans, les richesses naturelles de la planète ont diminué de 33%, rythme jamais atteint au cours de l'histoire de la vie sur Terre. A

² JONAS H., 1979 : Le Principe responsabilité

terme, cela remet en cause les activités économiques puisque nous avons bien pris conscience aujourd'hui que les ressources ne sont pas illimitées, la surpêche en est un exemple... parmi tant d'autres ! Les entreprises du secteur primaire et secondaire qui vivent de l'exploitation de ces ressources seront les premières touchées.

Par ailleurs, les catastrophes écologiques à répétition, comme les marées noires, ont cristallisé les tensions autour des responsabilités évidentes des industriels mis en cause. Des questions éthiques ayant trait à la responsabilité de l'entreprise se posent alors.

Ces préoccupations ont quitté les sphères des scientifiques et des militants écologistes pour frapper la conscience des citoyens, notamment grâce au développement de l'Internet favorisant une diffusion planétaire de l'information. L'opération « 5 minutes de répit pour la planète », le 1er février dernier, est symptomatique de l'intérêt et de l'inquiétude des citoyens. Le rapport du GIEC³ confirme la responsabilité indéniable de l'homme dans le réchauffement climatique. Or, si les entreprises depuis 30 ans supportent une réglementation environnementale de plus en plus stricte, elles contribuent toujours à 25% des émissions mondiales de dioxyde de carbone. Dans une période d'augmentation de la valeur immatérielle de l'entreprise, tels que le capital marque ou le capital client, la valeur de l'entreprise devient plus fragile face à d'éventuels scandales écologiques. L'entreprise se trouve ainsi contrainte d'adopter une démarche éthique afin d'instaurer une image pérenne, reflétant des valeurs universelles. A l'heure où Nicolas Hulot cherche à amener les candidats à la présidentielle à intégrer ce sujet au cœur des débats, certains chefs d'entreprises s'engagent volontairement pour son Pacte Ecologique. C'est le cas du président de Schneider Electric précisant que « les entreprises doivent se soucier de l'écologie et de l'avenir des sociétés dans lesquelles elles évoluent ».

II. Comment, dans quelles conditions, l'éthique s'applique-t-elle?

Les différentes actions : réglementation, démarche volontaire

Un rapport récent, le rapport Vattenfall, montre que 40% des actions des entreprises pour lutter contre le réchauffement climatique, sont rentables ou du moins ne leur font pas perdre d'argent⁴. La preuve qu'on peut agir pour l'environnement sans raison éthique. Et c'est là toute l'exigence de l'éthique: la vraie question n'est pas tant de savoir si un dirigeant agit de manière éthique mais pourquoi il agit de manière éthique.

* La réglementation pour contraindre et inciter

Que ce soit des conditions à respecter pour s'installer aux prescriptions de fonctionnement, le premier contact avec l'environnement pour une entreprise est la réglementation environnementale. Le droit de l'environnement, récemment formalisé, puisqu'il date des années 1960-1970, repose sur de grands principes dont trois concernent directement l'entreprise : le principe de prévention, le principe de précaution et celui de pollueur-payeur. Ces principes ont pour vocation d'éviter les plus graves nuisances à l'environnement, d'intégrer la notion d'incertitude et le risque d'irréversibilité d'une action sur l'environnement, et enfin de faire porter la charge financière de la pollution à celui qui en est la cause. La nouvelle Directive européenne va encore plus loin puisqu'elle consacre le terme de responsabilité environnementale, pour les actes ayant un effet sur l'environnement, qu'ils soient intentionnels ou non, directs ou indirects. Au delà

³ Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'Evolution du Climat

⁴ Article sur novethic.fr du 29.01.2007 : « Climat : les scientifiques s'apprêtent à rendre un rapport alarmant »

du simple fait de sanctionner, ce droit est basé sur la nécessité de responsabiliser les entreprises, de leur faire prendre conscience de leurs impacts environnementaux afin qu'ils puissent les anticiper. Le respect de la Loi, perçue comme une contrainte pour beaucoup, peut donc représenter un facteur déclencheur d'innovation (aboutissant à des sauts technologiques significatifs) et plus encore, l'occasion d'amorcer une réflexion éthique. L'avancée qu'a prise Toyota sur ses concurrents occidentaux avec sa Prius, en s'engageant dans la performance environnementale, en est un exemple éloquent.

* Le management environnemental de l'entreprise

Si une entreprise respecte la réglementation en matière d'environnement, cela ne signifie pas pour autant qu'elle n'impacte pas sur l'environnement. Exploitation de ressources naturelles, consommation d'eau et d'électricité, rejet de CO₂ dans l'atmosphère, déchets banals ou spéciaux. Les entreprises qui ont conscience que leurs activités ne sont pas neutres peuvent s'engager dans une certification ISO 14001 qui permet d'une part d'avoir une meilleure connaissance de leurs impacts environnementaux mais surtout de mettre en place un système de maîtrise et de réduction de ces impacts. Dans une optique similaire encore plus poussée, nous assistons au développement réussi de « parcs éco-industriels » où les entreprises coopèrent pour optimiser l'utilisation des ressources, notamment en valorisant mutuellement les déchets. La réflexion de l'entreprise sur sa responsabilité l'incite à agir éthique. Mais d'autres arguments moins « écolos » peuvent pousser une entreprise à se certifier : la possibilité de répondre à des appels d'offre qui intègrent des critères environnementaux, des économies sur les consommations et productions (de déchets essentiellement), mais aussi une réponse aux critères environnementaux de plus en plus sévères des assurances. L'aspect volontaire de la démarche n'empêche donc pas son instrumentalisation. Derrière ce que je nommerai donc "l'agir éthique" peut se cacher un simple souci d'accroître les performances financières par une bonne gestion des relations avec les parties prenantes (y compris les clients par la communication). La satisfaction des attentes des parties prenantes n'est donc dans ce cas qu'un objectif intermédiaire et instrumental dont le but est la satisfaction d'un seul groupe de parties prenantes : les actionnaires. Il s'agit là d'une stratégie maximisatrice finalement très proche de la pensée de Friedman, qui considère que la firme n'a d'autre raison d'être que la recherche de la maximisation du profit. Cet "agir éthique" est à distinguer d'un véritable "être éthique", révélateur de valeurs profondes et sincères guidant l'engagement de l'entreprise vis-à-vis des parties prenantes. Un exemple frappant « d'agir éthique » sans « être éthique » est le comportement de Total durant le naufrage de l'Erika. Alors que l'entreprise se déclare et se considère comme non responsable de cette catastrophe, elle a tout de même dépensé sur le tard vingt millions d'euros afin de nettoyer le littoral lors de la marée noire, sous la pression de l'opinion publique. Cette communication désastreuse lors de la crise a poussé par la suite la firme à envisager plusieurs scénarios de catastrophes écologiques mais surtout la communication adéquate afin d'anticiper les crises...

* Le pari de la protection de la nature

Autre possibilité : s'associer à une association sur un projet de protection de l'environnement. Avec cette stratégie, l'entreprise fait appel aux interlocuteurs les plus compétents dans le domaine qui y trouvent un intérêt à coopérer avec une entreprise. Ainsi, la société Lafarge mène depuis plus de cinq ans un partenariat fructueux et ambitieux avec le WWF avec notamment des projets locaux de conservation de la Nature. L'entreprise reconnaît de cette manière qu'elle n'est pas experte en la matière et qu'elle doit réapprendre. On observe de plus en plus d'entreprises qui s'associent aux causes des ONG. Les activités à risque en particulier, celles les plus exposées en termes d'environnement, s'efforcent ainsi de modifier leur image à l'égard notamment des

consommateurs. Depuis 1993, la Fondation Total est partenaire du Conservatoire du Littoral. Sans remettre en cause aucunement l'efficacité des actions menées pour la protection du littoral (bien au contraire) et de la nature en général, l'entreprise par ce biais ne se défausse-t-elle pas de sa responsabilité en déconnectant ainsi les dommages causés à l'environnement de ses activités et les actions mises en place pour compenser les dégâts causés ?

* L'éco-conception ou le produit vert

Enfin, notons que certaines entreprises prennent la question à bras le corps en s'intéressant aux produits et services qu'elles proposent et à leurs effets sur l'environnement. Certaines se penchent sur le fonctionnement de l'entreprise (ISO 14001), d'autres se concentrent sur la manière dont sont conçus leurs produits (les deux stratégies sont d'ailleurs parfaitement complémentaires pour les entreprises de production). Des démarches d'éco-conception tendent à se développer en France, avec l'utilisation d'outils tels que l'analyse du cycle de vie qui permet d'améliorer les performances environnementales d'un produit. Moins de prélèvements de ressources naturelles, moins de pollutions générées à tous les stades de vie du produit. Ce choix relève d'un comportement éthique de la part de l'entreprise qui fait la démarche d'étudier les impacts de sa production sur l'environnement et qui se donne ainsi les moyens d'agir et de s'améliorer.

Qui doit endosser le "maillot" de l'éthique dans l'entreprise ?

Lorsqu'une question d'ordre éthique se pose au sein d'une entreprise, qui prend, in fine, la décision ? Certaines entreprises se sont dotées de comités éthiques, d'un responsable éthique ou d'un déontologue. Les responsables éthiques sont-ils la bonne conscience d'une entreprise sans conscience ? Résulte-t-il de la part des autres employés une forte tentation de s'en remettre, pour ce qui est de la dimension morale de leurs actes, aux responsables éthiques plutôt qu'à leur propre conscience ? Si la complexité croissante des conséquences des actes humains oblige les décideurs à s'entourer de conseillers en éthique, il faut veiller à ce que la responsabilité de ces décideurs ne soit pas diluée. La responsabilité morale n'est pas divisible. Pour autant, toutes les solutions d'ensemble sont-elles condamnées à être imparfaites ? La pratique de l'éthique dans l'entreprise exige certes une vision transversale entre économique, social et environnemental que ne peut posséder un employé, spécialisé de fait. Mais les spécialistes de l'éthique ne peuvent intervenir dans tous les choix d'ordre éthique que se poseront les employés au quotidien. On se trouve bel et bien face à DES éthiques dans l'entreprise basées sur ce qu'on pourrait finalement appeler une morale de l'entreprise faite de valeurs définies à l'avance. Le choix de l'expression "éthique d'entreprise" semble peut-être davantage lié au fait que le mot "éthique" soit plus en vogue de nos jours que le mot "morale", qualifiée de ringarde ou de conformiste.

Le paradoxe de l'entreprise

Bien souvent, les préoccupations environnementales sont sacrifiées sur l'autel de la rentabilité et c'est compréhensible quand on considère le fait que les salariés sont payés pour atteindre des objectifs économiques sans tenir compte des impacts environnementaux. Il y a après tout une opposition nette et apparente entre une rentabilité obligée, condition de pérennité de l'entreprise, et le désintéressement, condition nécessaire de l'éthique.

On peut alors se demander si au-delà de l'agir éthique, une entreprise peut "être éthique" au sens où je l'ai défini, autrement dit s'il est possible de mettre l'éthique au cœur du projet de

l'entreprise. De plus, n'est-ce pas un luxe que seule une poignée d'entreprises peut s'offrir ? Pour répondre à ceci, on peut se questionner sur la finalité de l'entreprise. Le nécessaire profit, plutôt qu'une fin en soi, n'est-il pas un moyen de "produire du Bien"? C'est précisément le sens de cette citation d'Henry Ford: "L'entreprise doit faire des profits sinon elle mourra. Mais si l'on tente de faire fonctionner une entreprise uniquement sur le profit, alors elle mourra aussi car elle n'aura plus de raison d'être." Quelques exemples d'entreprises pionnières dans ce domaine le prouvent bien : il est possible de faire fonctionner l'entreprise avec cette vision.

III. Une éthique professionnelle de l'environnement

*54% des Français « pensent que les dirigeants de l'industrie sont peu ou pas du tout conscients de la nécessité de prendre en compte l'environnement dans leurs activités ».*⁵

L'avènement de l'entreprise verte

Alors que de nombreuses entreprises rechignent à s'engager sur le terrain de l'environnement, de plus en plus d'exemples montrent que l'entreprise éthique et responsable vis-à-vis de l'environnement est une entreprise rentable.

A cet égard, l'exemple de Patagonia et de son dirigeant atypique est édifiant. Patagonia fait partie de ces entreprises qui « surfent » sur la vague de l'environnement. Elle a su se démarquer en prenant très tôt le pari de l'environnement avec notamment ses emblématiques laines polaires en plastique recyclé. Mais ce qui distingue tout particulièrement Patagonia, c'est l'esprit avec lequel son fondateur Yvon Chouinard gère l'entreprise. Ecologiste engagé, il a toujours mis les préoccupations environnementales au cœur de sa stratégie d'entreprise. Il s'est attelé à la question à tous les niveaux : conception des bâtiments et des produits, management environnemental, partenariat avec des ONG... et a entraîné tous ses employés dans cette dynamique. Un pari réussi qui a trouvé écho auprès des consommateurs avec des opérations de communication extrêmement percutantes qui ont pour effet de créer un mouvement de confiance et de soutien de la part des consommateurs. En se positionnant sur ce nouveau marché, Patagonia a su se démarquer.

Plus qu'une simple différence de management, il y a là un véritable changement de paradigme : l'éthique fonde l'esprit d'entreprise et en définit sa stratégie. Et c'est sans aucun doute le facteur clé de réussite de ce type d'entreprises toutes visionnaires, puisque plus ouvertes aux préoccupations des parties prenantes et de ses employés. L'éthique devient un moyen d'anticiper à moyen ou long terme et de « sentir » les attentes du consommateur à travers un dialogue durable.

Trois idées pour tenter de cerner l'avenir de l'éthique

Est-ce que toutes les entreprises pourraient réussir sur ce modèle d'une éthique sincère? Leur réussite n'est-elle pas le fait de la différenciation marketing et de l'existence d'une cible importante, recherchant ce genre de démarches sincères? Aujourd'hui, les grandes multinationales absorbent ces entreprises pionnières (Ben&Jerry's et Unilever, The BodyShop et l'Oréal, Stonyfield Farm et Danone). Est-ce pour intégrer leurs bonnes pratiques et capitaliser l'expérience de ces

⁵ Sondage réalisé par Usine Nouvelle (n°3041)

entreprises ou bien pour éviter cette nouvelle concurrence ? De cette réponse dépend certainement l'avenir de l'être éthique.

De plus, la nécessité de l'éthique dans l'entreprise grandira à ces 2 conditions : davantage de conscience dans les choix des consommateurs et davantage de transparence de la part de l'entreprise. Ce n'est pas une douce utopie que de croire à ces changements car les conditions sont réunies pour que cela se produise. Le vrai choix éthique se situe dans la main du consommateur lorsqu'il choisit un produit dans un magasin. Alors la loi du marché s'appliquera de sorte que la communication (du latin cum-municare : avoir part avec, c'est à dire partager) ne soit plus un monologue mais devienne un véritable dialogue.

La société est en droit d'exiger un être éthique de la part des dirigeants. Mais, tout comme la finance ou le management, se poser les bonnes questions est quelque chose qui s'apprend. Ainsi, la société civile est en droit d'attendre des grandes écoles en France qu'elles initient leurs étudiants au questionnement éthique afin de ne nous donner les moyens de donner du sens à notre travail. De ce point de vue, les choses sont en train de changer, comme le montre le cycle de conférences sur l'éthique à l'Ecole Nationale Supérieure⁶ ou les nouvelles formations sur l'éthique, notamment à HEC. C'est là une lueur d'espoir qu'il faut intensifier.

Appliquer l'éthique de l'entreprise à la protection de l'environnement présuppose que l'entreprise ait conscience de ses impacts sur l'environnement. Une conscience qui implique que l'entreprise raisonne à une échelle plus large que celles de ses activités et qu'elle intègre les impacts environnementaux en amont et aval des activités propres à l'entreprise. Cela peut même aller jusqu'à se pencher sur ses fournisseurs et leur prise en compte de l'environnement. Mais nous l'avons vu, l'entreprise devra tôt ou tard intégrer ses externalités, intégrer les coûts environnementaux. La loi est là pour le lui rappeler mais aussi pour l'inciter à prendre la mesure de la situation et à mener sa propre réflexion afin de prendre les meilleures décisions pour l'environnement. Celles qui refuseront d'aller dans le sens de l'histoire iront au-devant de difficultés. Il en va de la pérennité de l'entreprise et, sans aller jusqu'à la survie de l'Humanité, il en va de la qualité de vie des Hommes faisant partie d'un écosystème terrien bien fragile. Mais si l'on veut parler d'éthique d'entreprise appliquée à l'environnement, encore faut-il que chaque individu puisse développer sa propre éthique en concordance avec celle de l'entreprise. Il est nécessaire d'inciter chaque employé à s'impliquer dans le développement et la maturation de l'éthique de l'entreprise. Pour cela, Il ne faut pas priver l'homme du sens qu'il donne à son travail et lui donner les moyens d'en donner. Cette évolution passe par la sensibilisation et la formation. En tant que futurs actifs et décideurs nous sommes au cœur de ce défi. Les considérations éthiques et les problématiques environnementales devront être des préoccupations premières au même titre que la pérennité de notre entreprise et le bien-être qu'elle apporte aux citoyens. Nous devons dès le plus jeune âge prendre conscience que nous faisons partie intégrante du grand écosystème terrestre et que nous nous devons de le préserver pour nous préserver nous-mêmes.

★

24676 caractères (espaces compris)

⁶ Conférences sur le site Internet « Diffusion des savoirs de l'Ecole Nationale Supérieure »