

L'ETHIQUE DES AFFAIRES

Rachid Belkahia



L'ETHIQUE :

Ensemble de règles de morale et de conduite

L'ETHIQUE DES AFFAIRES :

- Relations externes des entreprises ou des professionnels indépendants avec leurs clients, leurs fournisseurs, l'Etat (pouvoirs publics).
- Relations internes entre personnes (dirigeants inclus) dans l'entreprise.



L'IMPORTANCE ET LES ENJEUX DE L'ETHIQUE DES AFFAIRES


➔ Forte tendance à la « démoralisation »
des attitudes et des comportements :

- Enquête R. Baumgart (USA - 1961) :
59% des managers avaient connaissance
de pratiques frauduleuses dans leurs
entreprises.



- Enquêtes O. Gelinier (France - 1991) et W. Kierber (Allemane - 1989) :
la motivation principale est la réussite individuelle
- Enquête AIESEC (1990) :
1 étudiant sur 2 est prêt à se débarrasser de ses scrupules moraux si sa carrière en dépend.



 Le bien-être matériel devient la mesure quasi exclusive de la réussite.

Notre époque serait-elle celle de l'immoralisme comme mode de gestion ?



L'ENTREPRISE EST DEVENUE LE TERRAIN D'ENJEUX MAJEURS

- Globalisation des marchés
→ compétition accrue.
- Responsabilité humaine et sociale de l'entreprise
→ dimension éthique dans la gestion des ressources humaines.
- Mission citoyenne dans la société tout entière (insertion des jeunes, préoccupations environnementales)



I. L'ETHIQUE DES AFFAIRES :

état des lieux



1. Les causes

- Exacerbation de la concurrence
- Evolutions sociétales :
individualisme, perte des repères
traditionnels, familiaux, religieux,
d'éducation civique, montée de la
délinquance économique.
- Crise de confiance dans la justice
- Crise de confiance dans les médias



2. Le malaise des dirigeants d'entreprise

Sentiment d'impuissance face à la crise de

l'éthique des affaires

- Comment vaincre le scepticisme et le cynisme actuels ?
- La transparence est-elle un facteur d'assainissement ou de paralysie ?
- Comment conserver une éthique minimale lorsque la survie est en jeu ?



3. Analyse de quelques situations types

- Problèmes liés aux marchés publics :
 - transparence des choix,
 - efficacité de la dépense publique (problème du moins disant),
 - égalité d'accès des entreprises à la commande publique.

➔ Nécessité d'un dispositif cohérent ,
clair, et accessible aux usagers.



- Problèmes dans les relations inter-entreprises :

- vis-à-vis des fournisseurs :

tendance naturelle de l'entreprise à accroître son pouvoir de négociation

➔ Risque d'assécher le tissu des PME (fournisseurs et sous-traitants)

- vis-à-vis des clients :

substituer le partenariat au rapport de forces

➔ Nécessité de faire évoluer les comportements commerciaux.



- Problèmes dans les relations avec les membres de l'entreprise :

- management de type autoritaire,
- pauvreté des pratiques d'information et de communication interne,
- frilosité dans les politiques de formation.

➔ Nécessité d'un management mobilisateur



2. COMMENT PROMOUVOIR L'ETHIQUE DES AFFAIRES ?



1. Engagement managérial

- Engagement profond du chef d'entreprise par un comportement éthique personnel et pour celui des subordonnés.

Quelques leviers d'action :

- la charte éthique,
- l'exemplarité ou l'éthique pratiquée
- la sensibilisation-formation du personnel,
- l'application de sanctions en cas de déviance prouvée.



2. Action concertée des entreprises

- Charte déontologique par profession
- Mise en place de comités d'éthique dans les organisations patronales,

➔ Noyau de chefs d'entreprises intègres qui inspirent la confiance et qui œuvrent pour l'avenir de l'économie en coopération avec les institutions.



CONCLUSION

- L'absence d'éthique est un frein au développement compétitif de l'entreprise.
- Les coûts de la non éthique (3% du PIB) entravent la compétitivité des nations.
- L'image de l'ensemble de l'économie peut être atteinte aux plans national comme international.



➔ L 'éthique est l 'affaire de tous :

- Nécessité d 'un redressement civique.
- Nécessité de susciter l 'adhésion et la participation de tous ceux qui aspirent à une moralisation de la vie publique et économique.

