International Journal of Business and Technology Studies and Research

ISSN: 2665-7716

http://www.ijbtsr.org

Volume 3, Issue 3, October 2021

La théorie de l'éthique des affaires : revue de la littérature

Business Ethics Theory: A Review of Literature

[1]Meriem BELHADDIOUI, [2]Younes KOUTAYA et [3]Ayoub KOUTAYA

[1]Professeure-chercheure, Université Moulay Ismail, École Normale Supérieure de Meknès, Maroc

[2]Professeur-Chercheur, École Normale Supérieure Tétouan, Université Abdelmalek Essaâdi, Maroc

[3]Professeur-Chercheur, Université Hassan Premier, Settat, Maroc

Abstract: *Business ethics, translated into English as "Business Ethics", is the reaction to immoral attitudes encountered in the business world (Philippe Saielli, 2001). It made its theoretical appearance in the 1960s, following the rise in the tone of claimant groups in the face of negative externalities generated by multinational companies. Business ethics is also seen as a tool for monitoring large companies and their managers and is expressed in the form of values that are displayed in charters for internal use and operating rules. The formalization of ethics makes sense by publishing a document describing the company's values, principles and beliefs. Indeed, the objective of this descriptive article is to shed theoretical light on the theory of business ethics, which has gradually established itself as a predominant approach in the strategic management of organizations.*

***Key Words*: business ethics, social responsibility, management.**

Résumé : *L'éthique des affaires traduite en anglais par « Business Ethics » est la réaction vis-à-vis des attitudes immorales rencontrées dans le domaine des affaires (Philippe Saielli, 2001). Elle a fait son apparition théorique vers les années 1960, suite à la montée du ton des groupes revendicateurs face aux externalités négatives engendrées par les entreprises multinationales. L'éthique des affaires est également envisagée comme un outil de contrôle des grandes entreprises et leurs dirigeants, et se décline sous forme de valeurs qui s'affichent en chartes à usage interne et en règles opératoires. La formalisation de l'éthique prend sens par la publication de l'entreprise d'un document relatant ses valeurs, principes et croyances. En effet, cet article descriptif a pour objectif, de porter un éclairage théorique sur la théorie de l'éthique des affaires qui s'est imposée progressivement comme une approche prépondérante dans le management stratégique des organisations.*

***Mot clefs :* éthique des affaires, responsabilité sociale, management.**

Cite this Article as: *BELHADDIOUI, M., KOUTAYA, Y., & KOUTAYA, A. (2021). La théorie de l'éthique des affaires : revue de la littérature. IJBTSR International Journal of Business and Technology Studies and Research, v. 3, n. 3, 8 pages, ISSN 2665-7716.*

1. INTRODUCTION

Depuis son apparition, l'éthique des affaires « Business ethics » occupe progressivement une place prépondérante dans la littérature managériale. Une profusion des revues scientifiques est consacrée exclusivement aux questions éthiques des entreprises, en plus des cours dispensés dans les institutions de l'enseignement supérieur notamment sur l'éthique et l'entreprise, la moralisation des affaires, la responsabilité sociale des entreprises, etc. ; ce qui reflète évidemment une prise en compte de l'éthique comme un outil capital dans le management des organisations.

En effet, la revue de littérature effectuée à propos du terme « éthique » soulève l'ambiguïté du concept et la difficile tâche de cerner ses contours. En fait, l'éthique tire son essence des sciences humaines qui étudient le comportement humain « science du comportement » dont l'objet d'analyse est l'homme dans toute son intégrité comportementale dans la société ou ce qu'on appelle le « vivre ensemble ». Au départ, l'éthique s'est focalisée sur l'homme puis s'est étendue aux autres domaines (l'économie, l'environnement, la santé, etc.). Cette extension s'entend comme étant une application normative dans les différents domaines : l'éthique de l'environnement, la bioéthique et l'éthique appliquée dans le monde de l'entreprise, etc. Cette dernière dimension de l'éthique fait son apparition vers les années 1960 aux États-Unis. Parmi les faits qui ont contribué à sa propulsion, nous identifions tout d'abord, l'œuvre de Max Weber (1905) « l'éthique protestante et l'esprit du capitalisme » dans laquelle s'aligneront l'éthique, la religion et l'entreprise sur la même ligne de réflexion. Un autre fondement très récurrent dans la littérature de l'éthique des affaires relate l'apport de la parution de l'œuvre de Bowen 1953 « Social Responsibilities of the Businessman » qui va relancer la réflexion sur les rapports entre responsabilité économique et responsabilité sociale.

L'éthique des affaires traduite en anglais par « Business Ethics » est la réaction vis-à-vis des attitudes immorales rencontrées dans le domaine des affaires (Philippe, 2001, p.16). De ce fait, cette approche théorique « regroupe l'ensemble des règles, des normes, des codes, ou des principes qui orientent les comportements vers plus de moralité et de véracité dans chaque situation rencontrée » (Lewis, 1985, p.65). En outre, l'éthique des affaires s'occupe des principes séparant le bien du mal dans les comportements manifestés dans l'environnement de l'organisation. Elle joue le rôle de conciliateur entre les intérêts économiques et les intérêts sociaux (Business and Society). Certains auteurs (Champeau, S. 2016, pp. 209-224 ; Obrecht, J. 1994, pp. 59-70) confirment que l'implication de l'éthique des affaires dans le monde de l'entreprise répond aux intérêts sociaux en relation avec le domaine humanitaire étant donné que ce courant théorique s'enracine dans une tradition de paternalisme industriel ancré dans la culture américaine depuis le début du XIXe siècle.

Pour en pénétrer le sens de la généalogie de l'éthique des affaires, notre revue de littérature optera pour présenter cette théorie selon quatre perspectives : dans la première partie, nous exposerons les définitions retenues du concept « éthique », puis les conditions de son émergence dans le monde des entreprises. Ensuite, nous nous pencherons, dans la deuxième partie, sur l'étude des apports de l'éthique des affaires dans le milieu des entreprises, et enfin, la dernière partie sera consacrée à une modélisation des formes d'engagement des entreprises en éthique managériale.

2. DEFINITIONS DES CONCEPTS ET CONDITIONS D'EMERGENCE DE L'ETHIQUE DES AFFAIRES

2.1 La distinction sémantique entre morale, éthique et déontologie

Les notions de morale, d'éthique et de déontologie recouvrent différentes significations selon leur emploi dans les différents contextes et situations. De ce fait, il nous semble pertinent de préciser leur portée sémantique.

2.1.1 La déontologie

Le terme « déontologie » tire ces racines du mot grec « Deon », qui veut dire « il convient ou il faut ». Selon Pesqueux et Biefnot (2002), la déontologie est un « ensemble de règles normées appliquées à un domaine professionnel (par exemple : un ordre professionnel comme l'ordre des experts-comptables, l'ordre des médecins, etc.). Ces règles sont construites sur des valeurs qui ne sont pas forcément explicites » (p.22)

Michel Dion (2008) stipule que la déontologie constitue, pour certains, la science des devoirs qui représente le cadre général de régulation sociale approprié pour un métier (par exemple : les médecins, les comptables, les avocats…etc.). La déontologie envisage donc un ensemble d'obligations et de responsabilités partagées par les membres d'un groupe qui affichent des valeurs et des principes à respecter. Entre autres, elle précise les normes et les principes moraux qui définissent l'activité professionnelle ainsi que les mesures en termes d'actions acceptables et inacceptables, comme c'est le cas

de la déontologie médicale (Desaulniers M.P. et Jutras F, 2006, p.134).

La majorité des théoriciens en éthique (Obrecht J. 1994, pp. 59-70 ; Deslandes G. 2012, p.14 ; Pesqueux Y. et Biefnot Y, 2002. p.239) précisent que le code d'éthique et le code de déontologie ne sont pas synonymes : le premier désigne le bien de la personne tandis que le second concerne celui de la profession.

2.1.2 La morale

Le terme « morale » vient du mot latin « mores » qui signifie mœurs d'une société, façon de vivre acceptable et façon de vivre dans un groupe (Deslandes 2012, p.14). Jean Pasquero (2013) rejoint Deslandes et considère que la morale est « un ensemble de règles généralement imposées par une autorité extérieure (religion, pouvoir politique, famille) qui vise l'intériorisation des modes d'actions considérées comme supérieures » (p.198). De ce fait, la morale désigne un ensemble d'impératifs, de devoirs, d'interdictions, de recommandations et de lignes de conduite afin de réguler les comportements dans des cadres moraux.

Nous dégageons dans les courants philosophiques deux types de conceptions qui relèvent de la morale : une conception objective qui stipule que la morale est une constellation de règles provenant de la nature et une conception subjectiviste où les valeurs constituent un sacrilège pour le groupe (une conception plus moderne) (Lagarde et al, 2012).

D'ailleurs, la moralité est interprétée comme un outil disciplinaire qui permet d'identifier les fautes à ne pas commettre et les conséquences fatales inhérentes aux fautes commises. Toutefois, les critiques affectées à la notion de la morale, surtout le principe de la sévérité du moralisme et de devoir moral avait substitué la morale par l'éthique qui est devenue pour la plupart un référent collectif : « le moral a un caractère d'obligation » (Odrey Robillard, 2014).

2.1.3 L'éthique

Le terme « éthique » est issu de « éthos » qui signifie les mœurs d'un groupe. Blais (2008, p.78) avance que le terme « éthique » enveloppe quatre significations : habitude morale, usage, demeure habituelle et émotion douce. Nous identifions, ainsi, une abondance de définitions du terme « éthique » relevant de différents domaines (philosophie, économie et sociologie).

Carroll (1989) définit l'éthique comme « l'étude des idées concernant ce qui est une vie bonne et juste » (p.2). Quant à De George (1986), l'éthique est « une tentative systématique de donner sens aux expériences morales individuelles et sociales, de façon à déterminer les règles qui devrait régir la conduite humaine, les valeurs fondamentales et les traits de caractère à développer dans la vie » (p.426). Pour Cardot (2006) « l'éthique est introduite comme une association des principes normaux qui conduisent l'action et les activités de la personne » (p.71). Elle est également interprétée comme « un principe régulateur de l'action collective » (Obrecht, J. 1994, p.61).

Paul Ricœur (1990), à son tour, octroie une vision plus globale à l'éthique : « la vie bonne, avec et pour les autres dans des institutions justes ». Cette attribution, donne à l'éthique une double perception : une éthique en amont relative aux mœurs et une éthique en aval qui concerne l'éthique appliquée à la situation managériale « l'éthique managériale » (Deslandes G, 2012, p14).

De ce fait, les définitions avancées autour de l'éthique laissent apparaitre quatre propositions fondamentales : l'éthique est une philosophie, une théorie, une science, et un guide (Jean Nkaham, 2008, pp.1-24).

Néanmoins, ce concept pose un problème définitionnel, Ballet et De Bry (2001, p.11) révèlent que la littérature anglo-saxone ne fait pas la distinction entre les concepts : éthique, moral et déontologie. Néanmoins, l'éthique et la morale « désignent une considération régulatrice des comportements » (Lourat, P. 1995, p.30). Même si les frontières entre ces deux derniers concepts restent floues, l'usage a permis de les différencier : l'éthique a une portée sur les valeurs tandis que la morale a une portée sur les actions (Jean Nkahami, 2008).

2.2 L'éthique des affaires

2.2.1 Définition du concept

Généralement, il n'y a pas un consensus sur la définition de l'éthique des affaires, mais plutôt une grande diversité d'approches qui laisse une grande ambiguïté sur le concept. Pour Carroll (1989, p.82), « l'éthique des affaires se réfère au degré de bien et de mal véhiculé par les comportements, décisions, ou actions de gens qui travaillent dans des organisations d'affaires ». Buchholz, (1989) stipule que l'éthique des affaires « s'attache à définir les outils, concepts et préoccupations" des gestionnaires et employés, à partir de normes générales de bonne conduite en société » (p.4). Quant à Anquetil (2008), l'éthique des affaires « vise à expliquer la manière dont les considérations morales sont prises en compte par les entreprises, à proposer des critères éthiques permettant d'évaluer leurs activités et à

développer des approches normatives susceptibles de prescrire la manière dont elles devraient agir au sein de la société » (p.7).

Par ailleurs, Goodpaster (1983, p.3) et De George, (1987, p.204) soutiennent l'idée que l'éthique des affaires est une discipline située à l'emboitement de l'éthique et des affaires. Ces dernières ont une connotation de profit et ne retiennent pas un poids moral. Ceci dit, la combinaison de l'éthique et des affaires pose de grands problèmes aux entrepreneurs qui doivent faire preuve de sensibilité éthique et de responsabilité sociale.

2.2.2 Les facteurs d'émergence de l'éthique des affaires

La revue de littérature suppose deux versions historiques d'apparition de l'éthique : la première est relayée par Ballet et De Brey (2001) qui révèlent que la relation entre l'éthique et l'entreprise s'est formalisée sous la toile du paternalisme vers les années 1913 dont l'action s'inscrit dans une vision de respect des valeurs morales familiales. Quant à la seconde proposition, à portée rhétorique, elle est apparue vers les années 1960 et stipule que le contexte économique mondial connaissait la montée en puissance des mouvements sociaux contestataires contre les externalités négatives engendrées par les entreprises multinationales (Nike et travail des mineurs ; Shell et évasion et destruction de l'environnement), ce qui a donné lieu à une vague de régulation économique et une prise en considération des demandes sociétales des parties prenantes. Il s'est avéré que l'essoufflement du capitalisme a été facteur principal de l'apparition foisonnante de l'éthique des affaires.

Par ailleurs, l'avènement de l'éthique des affaires va de même avec le développement du concept de responsabilité d'entreprise vers les années 1960. Jean Pasquero (2013, p.196-202) souligne que la publication de l'œuvre de Bowen (1953) sur les responsabilités sociales de l'homme d'affaires « *Social Responsabilities of the businessman »* avait donné le point de départ aux travaux académiques sur l'éthique des affaires. Par conséquent, un ensemble de publications, d'institutions et de conceptions théoriques ont été établies :

Tableau -1 : Synthèse des actions et des activités fondatrices de l'éthique des affaires.

Année	Actions et activités en lien avec l'éthique des affaires
1959	La fondation « Ford » divulgue, dans son rapport annuel, une recommandation aux institutions supérieures (université et école de formation) de dispenser dans les cours de gestion un contenu programme cohérent traitant des thématiques relatives à l'étude de l'environnement légale, l'éthique et le social de l'entreprise.
1960	l'ESSEC a administré un cours en « morale des affaires » dont son contenu retient des enseignements sur le respect des lois, des personnes et des contrats.
1963	Première publication sur Business and Society par Joseph Mc Guire.
1971	L'association américaine des professeurs en management « Academy of Management » crée la section " social issues management "
1971	Publication de la charte des responsabilités sociales des entreprises par le « Comittee for Economic Developpement ».
1980	Création de Society for Business Ethics, fondée par des professeurs de philosophie intéressés à l'éthique des affaires.
1982	Édition du premier numéro de la revue « Journal of Business Ethics », une revue à caractère empirique spécialisée dans le domaine de l'éthique des affaires.
1991	La Society For Business Ethics publie son premier numéro de la revue Business Ethics Quartely, le but de cette revue est de susciter l'intérêt des académiciens de faire appel dans leur recherche théorique ou empirique à la thématique de l'éthique des affaires.
1991	Organisation du premier congrès de l'International Associations for Business an Society (I.A.B.S) qui s'est intéressé à l'étude du rapport établie entre l'entreprise et l'éthique des affaires.

De plus, la création de nombreuses associations savantes (IABS, SBE, SASE, etc.) et la naissance de plusieurs revues scientifiques reconnues (JBE, BEQ, B&S) font de l'éthique des affaires un sujet d'actualité que ce soit au niveau de la recherche théorique ou au niveau des pratiques managériales nouvelles au sein des organisations. Aux États-Unis, ce courant connaît un succès exceptionnel. Cette gratification est palpable au niveau du foisonnement médiatique, du changement des paradigmes de gestion des entreprises et de la créativité théorique (Jean Pasquero 2000, p196-202).

3. LES FACETTES DE PILOTAGE DE L'ETHIQUE DES AFFAIRES

Depuis quelques années, l'éthique s'inscrit dans une perspective théorique et pratique qui veut rendre l'entreprise à sa fondation « institution sociale au service du bien commun » (Champeau, 2016, pp.209-224). En effet, la dimension éthique prend un intérêt de plus en plus prépondérant dans la stratégie de l'entreprise. Elle s'est imposée comme un cadre de référence pour les décisions prises au sein de l'entreprise. François Lépineux (2003, p. 43) suppose que l'éthique en entreprise pourrait figurer en trois dimensions :

- Sur le plan économique : une prise en considération des règles de concurrence dans le marché, une coopération avec les acteurs, etc. ;
- Sur le plan social : égalité des chances, promotion de l'emploi, intégration dans le tissu socioéconomique, refus du travail des enfants ;
- Sur le plan écologique ou environnemental : préservation des ressources critiques, protection de l'environnement, information des consommateurs sur les conditions de fabrication des produits.

L'engagement éthique est reconsidéré comme une action de bienfaisance qui peut être conduite à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise et concerne toutes les couches sociales afin de mettre en valeur le respect de l'environnement et des droits de l'homme. À l'intérieur de l'entreprise, la démarche éthique s'illustre par des valeurs telles que : la transparence, le respect des droits des employés, l'égalité des chances, la parité homme – femme, la veille à la santé des salariés, la lutte contre la corruption, la dissimulation des dettes, la veille sur l'environnement, etc.

Dans cette optique, la démarche éthique au sein de l'entreprise vise principalement la prévention contre les risques inhérents d'un comportement inacceptable dans la conduite des actions et des activités. D'un autre côté, François Lépineux (2003) stipule que « le succès d'une entreprise dépend aujourd'hui non seulement du respect des règles de jeu économique, mais aussi de la référence à des valeurs supérieures telles que l'honnêteté, le respect des autres, la solidarité » afin de permettre une amélioration de l'efficacité et de l'efficience au sein de l'entreprise.

La possession d'une éthique au sein de l'entreprise constitue d'ores et déjà un levier incontournable pour l'atteinte de la performance sociale. Cette performance s'affiche authentiquement par une prise en considération des attentes des parties prenantes (les ONG, les consommateurs, les fournisseurs, etc.). En effet, l'utilité de l'éthique dans l'entreprise semble diverse : un levier de compétitivité, un outil de gestion (Zouhair, 2006 pp.43-59) et un outil de promotion de l'image de l'entreprise (Samuel Mercier, 1998, p.85).

D'un autre côté, Serge Champeau (2016, pp.209-224) constate que l'éthique des affaires s'inscrit dans une double dimension stratégique utilitariste : une légitimité sociale et une stratégie marketing, ce qui constitue une source de difficulté pour les managers dans la mesure où ils doivent toujours veiller à concilier entre action commerciale (en vue de gain) et action de bienfaisance (en vue de bien de l'homme).

Ghislain Deslandes (2012) stipule, à son tour, que le management de l'éthique recueille un ensemble de mesures (pratiques et/ou programmes) qui se distinguent par leur caractère contraignant, incitatif et formel, et qui servent comme outils de réponse directe ou indirecte aux problématiques posées par l'environnement de l'organisation.

En effet, l'ancrage de l'éthique des affaires au sein de l'entreprise est tributaire du rôle des consultants spécialisés et du contrôle permanent des agences de notation extra-financières. De plus, deux sources de pression impliquent leur veille de contrôle sur l'éthique des affaires : la réglementation publique et la pression des parties prenantes.

Ainsi, Françoise De Bry (2008, pp.102-114) avance -t-il que l'éthique des affaires peut être pilotée au sein des institutions justes guidées par des valeurs fondamentales qui sont la justice, la responsabilité sociale, l'exemplarité, la confiance mutuelle et le respect des autres.

3.1 Quelles sont les formes d'applications de l'approche éthique des affaires ?

Nous assistons depuis le début des années 2000 à l'émergence de nombreuses procédures d'application de l'éthique au sein des entreprises qui se voient prometteuses. Trevino, Weaver, Reynolds, (2006, pp.951-990) supposent l'implication de trois éléments essentiels : l'individu, la culture et le contexte.

- **L'individu :** il doit pouvoir intégrer une conscience morale suffisante, c'est-à-dire qu'il arrive à faire la distinction entre le bien et le mal dans les différents contextes d'intervention, qu'il puisse développer une sensation d'attirance vers le bien et une répulsion face au mal. Ici, l'outil employé pour améliorer la compétence

éthique chez les employés est la formation, un catalyseur de premier rang des pratiques éthiques (code d'éthique).

- **La culture** : cet élément est contrôlé par le comportement des dirigeants qui doivent donner une image de comportement exemplaire en éthique à travers des procédures déterminées de promotions et de récompenses qu'ils adoptent. La culture se construit par un processus d'apprentissage continu de l'organisation (Mercier Samuel, 1998).

- **Le contexte** : est souvent associé aux perversions du système de marché, ce qui poserait de véritables problèmes d'interprétation de ces influences sur le comportement des personnels. En outre, de nombreux troubles éthiques trouvent leur essence dans les pressions excessives exercées par la concurrence ; celle-ci constitue une source de menace pour la survie de l'entreprise dans le champ concurrentiel (Pasquero, 2000, p.196-202).

Ceci dit, le management de l'éthique en entreprise opte pour des modes d'actions diverses, influencés par la culture de l'organisation, des normes et des règles supranationales, un système de principes et de valeurs, ainsi que la gestion des demandes des revendicateurs. Ces quatre facteurs ont un fort impact sur l'orientation de l'éthique managériale. À partir des travaux de Trevino et al, (2006) et Crane et Matten (2007, p.203) présentent quatre typologies d'orientation du management de l'éthique au sein des organisations :

- L'orientation compliance : se penche davantage sur un dispositif cohérent de normes et de règles strictes sur lesquelles les dirigeants et les employés doivent se référer pour toute prise de décision. L'idée dominante dans cette perspective d'orientation est de conformer à la loi (il ressort d'un système de prévention « éthique préventive »).

- L'orientation par les valeurs : cette situation suppose que le système de valeurs implanté par l'organisation prend le dessus quand les règles s'estompent dans le résolument des situations délicates. Les valeurs de l'organisation accompagnent l'individu dans sa prise de décision.

- L'orientation externe : révèle une prise en compte de l'organisation aux demandes éthiques des parties prenantes : actionnaires, fournisseurs, salariés, clients, etc. Cette dimension envisage une satisfaction des parties prenantes (éthique externe).

- l'orientation interne *:* dans ce cas-là, le management éthique a pour but « une orientation de protection » des dirigeants contre tout risque d'enfreint de la loi ou les règles en vigueur (éthique interne).

Cette typologie dégage des éléments essentiels qui encadrent le management éthique : d'une part, son action n'est pas seulement centrée sur les salariés, mais aussi sur les autres parties prenantes, et d'autre part, il suppose deux approches opposées : une approche par les normes (ce qui est bien de faire) et une approche par les valeurs (ce qui est bon de faire) (Flynn, 2008, pp. 39-56).

3.2 Les outils de gestion de l'éthique en entreprise :

Certains dispositifs sont conçus pour fixer et formaliser les principes éthiques qui devraient guider les pratiques au sein des organisations. Parmi les documents recensés, nous identifions : la charte éthique, la charte des valeurs, la charte de l'environnement, des règles d'organisation et de conduite. Il convient de noter que, d'une part, leur appellation diffère d'une organisation à une autre et la forme de leur rédaction est sous forme d'une brochure ou un livret qui détermine les motifs et la finalité de la rédaction. D'autre part, ils s'imposent comme étant les cadres de la régulation des relations entretenues avec les différents partenaires de l'organisation (Samuel Mercier, 1998). À cet effet, ils contribuent à l'institutionnalisation de l'éthique au sein des entreprises.

En effet, la prolifération des chartes éthiques au milieu des structures intra et inter-organisationnelles s'explique par une conscience des responsabilités partagées par l'ensemble des partenaires. À cette échelle, nous observons quatre types de chartes (Huët, 2006, pp.103-134):

- Les chartes établies unilatéralement par une entreprise qui ont pour option managériale ; elles recueillent des règles, des valeurs morales universelles, des modèles de conduites transnationaux. Leur usage s'inscrit dans une vision de responsabiliser les salariés et de renforcer l'image de l'entreprise ;
- Les chartes élaborées par des organisations internationales dont les entreprises ont l'obligation de les respecter, à l'instar de la déclaration des principes de tripartite de l'OIT ;
- Les chartes élaborées par un groupe d'entreprises inter ou intra-sectorielles, servent comme des outils de promotion du potentiel des entreprises à s'autoréguler et à s'autodiscipliner sur les défis et les enjeux sociaux ;
- Des chartes produites par les parties prenantes.

D'ailleurs, la fonction de la charte éthique ne se limite pas à sa dimension juridique, elle sert aussi comme un

outil stratégique de communication interne et externe de l'entreprise. Son intérêt réside dans le fait d'avoir une transparence des activités de l'entreprise à l'égard de ses parties prenantes.

3.3 Modélisation de l'éthique au sein des entreprises :

Le développement du management de l'éthique au sein des organisations a débouché vers des analyses et des interprétations sur le degré d'incorporation dans les enceintes de l'entreprise. De ce fait, certaines contributions comptent fructueuses de sa portée évaluative des démarches prônées par les entreprises au terme de l'intégration de l'éthique dans les pratiques managériales. Tout d'abord, François Lépineux (2003, pp.140-141) opère une distinction importante de la configuration de l'éthique au sein de l'entreprise, il identifie trois attitudes :

- Ethique ignorée : l'entreprise se limite dans sa responsabilité légale (respect de la loi en vigueur), elle ignore son engagement social et sociétal envers la société.
- Ethique périphérique : cette seconde attitude de l'éthique se caractérise par une prise de considération partielle des questions de l'environnement, des engagements caractérisés par une portée sociétale comme la création des fondements, le mécénat.
- Ethique intégrée : faisant état de pratique éthique intégrée dans le système de gestion de l'entreprise, elle a un rapport étroit avec le cœur du métier, de la mission et de l'activité de l'entreprise (intégré dans la chaîne de valeur).

D'un autre côté, Ulrich (2000, pp.37-54).) suggère une modélisation en trois dimensions intermédiaires allant d'une approche corrective vers une approche intégrative. Cette modélisation s'inscrit dans une perspective qui consiste à associer les rapports éthique et économique.

- Une approche corrective : l'éthique des affaires est instrumentalisée comme un « antidote » à l'encontre de la primauté économique. L'éthique joue le rôle de médiateur de la logique économique (organisme de contrôle moral dans l'économie).
- Une approche fonctionnelle : l'éthique des affaires est pilotée comme « lubrifiants » pour plus de rationalité économique, c'est-à-dire, une moralisation de l'économie pour accroitre la légitimité.
- Une approche intégrative : l'éthique des affaires constitue une « base solide » pour une rationalité économique. Cette approche a pour visée une critique de la rationalité économique et soutient l'idée de l'intégration de l'éthique dans tout le système organisationnel et fonctionnel de l'entreprise. De plus, cette approche envisage une prise en considération des suggestions des différentes parties prenantes (interne et externe). De ce fait, l'approche intégrative est dotée d'un double intérêt : une responsabilité économique et une responsabilité éthique.

Ainsi, ces deux modèles d'analyse relatent des niveaux intermédiaires d'engagement des entreprises (organisations et/ou institutions) dans les questions d'éthique. Cela laisse supposer plusieurs raisons explicatives de cette situation tels que : la politique menée par l'entreprise dans l'instrumentalisation de l'éthique, des problèmes de découplage entre discours et pratique, la pression exercée par les institutions de régulations sociales, etc.

4. CONCLUSION

L'éthique des affaires a contribué pour une grande part à repositionner l'entreprise au sein d'une large communauté intéressée par ses activités (stakeholders). La demande croissante d'une régulation éthique au sein des entreprises avait contribué à l'édification d'une approche responsable dans ces fondements qui découlent de la théorie des parties prenantes et de la responsabilité sociétale des entreprises. Il s'agit donc d'une application explicite de l'éthique (Serge chapeau 2016, pp.209-224).

En effet, l'éthique des affaires trouve un regain d'intérêt dans les recherches académiques ainsi que dans les pratiques managériales. Elle est perçue comme une remédiation des scandales économiques, politiques et financiers vécus au début et à la moitié du XXème siècle. En fait, elle s'impose comme une ligne de conduite dans les décisions d'affaires (Pasquero, 2000, pp. 375-376 ; Buchholz 1989, pp.30-31). Ainsi, son rôle est déterminant : il se veut comme une tendance principale qui vise la moralisation du comportement des dirigeants.

Néanmoins, les mutations actuelles du management de l'éthique ont entrainé de nouveaux paradigmes de gestion outrepassant le respect des normes et l'obéissance aux règles éthiques, vers une instrumentalisation de l'éthique dans les situations de concurrence pour maximiser la performance financière et sociale (outil de marketing afin de vendre un produit ou service).

Ainsi, l'éthique des affaires propose-t-elle une démarche cohérente en termes des principes d'actions, des programmes, des pratiques et des critères d'évaluation, même si elle rencontre des critiques sur son efficacité, elle assoie les bases du climat éthique pourvoyeurs de valeurs morales individuelles et collectives qui guident le comportement des individus.

REFERENCES

- ANQUETIL A., 2008, Qu'est-ce que l'éthique des affaires ?.
- BALLET J., DE BRY F., 2001, L'entreprise et l'éthique, Éditions du Seuil.
- BLAIS M., 2008, Ethique, morale, déontologie, droit, département de philosophie, Université Laval.
- CARDOT F., 2006, L'éthique d'entreprise:«Que sais-je?» n° 3755. Presses Universitaires de France.
- CARROLL A. B., 1989, Business and society, Cincinnati, OH: South-Western Publishing.
- CRANE A., & MATTEN D., 2007, Business ethics. Oxford: Oxford University Press.
- CHAMPEAU, S., 2016 « L'éthique des affaires. Une interprétation philosophique », *Raison publique* /1, N° 20, p. 209-224.
- DE GEORGE R., 1986, « Theological Ethics and Business Ethics », Journal of Business Ethics, vol. 5, p. 421-432.
- DESAULNIERS M.P. et JUTRAS F., 2006, L'éthique professionnelle en enseignement, Presses de l'Université de Québec, Québec,
- DESLANDES G., 2012, Le management éthique, Février, p.14, Paris.
- FRANÇOISE D. B., 2008, « Concept d'éthique l'éthique au cœur du management », *Management & Avenir N*°. 20, pp. 102-114.
- FRANÇOIS L., op. Cité par Françoise Quairel lors du colloque « Ethique et gouvernance : entre harmonies et contradictions », Sceaux, 2 octobre 2003, pp. 140-141.
- FLYNN G., 2008, « The virtuous manager : A vision for leadership in business. In *Leadership and Business Ethics »*. Springer Netherlands, pp. 39-56.
- LAGARDE B., et AL., 2012, Management éthique et responsable des entreprises, Juin, Paris.
- LEPINEUX F., 2003, « dans quelle mesure une entreprise peut-elle être responsable à l'égard de la cohésion sociale ? » thèse de doctorat ès sciences de gestion, Conservatoire National des Arts et Métiers, Paris, janvier, p. 43.
- LEWIS B., 1985, *Le retour de l'Islam,* Seuil, Paris.
- LOUART P., 1995, *Succes de l'intervention en gestion des ressources humaines*, Editions Liaisons.
- MERCIER S., 1998, La formalisation de l'éthique : un moyen d'action pour le management stratégique ?, *VIIème conférence internationale de management stratégique*, Louvain- la-Neuve, 27-29 mai.
- NKAHAM J., *2008, « Ethique des affaires : entre action de bienfaisance et action commerciale », Cahier de Recherche Université, 2 n°-11, Nancy.*
- OBRECHT J., 1994, Les entreprises à taille humaine face à la demande éthique, In: *Revue d'économie industrielle*, vol. 67, 1er trimestre, PME-PMI et économie industrielle, sous la direction de Jacques de Bandt, Danielle Blondel et Christian Picory, pp. 59-70.
- ODREY R*., 2014, éthique* : un complément aux théories de la gouvernance actuelles ? université de sherbrooke, essai présenté au centre universitaire de formation en environnement et développement durable en vue de l'obtention du grade de maître en environnement, cheminement gestion du développement durable (m. env).
- PASQUERO J., 2013, *Éthique des affaires* In : *Dictionnaire critique de la RSE* [en ligne], Villeneuve d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion.
- PESQUEUX Y., et BIEFNOT, Y., 2002 *L'éthique des affaires*, management par les valeurs et responsabilité sociale, éditions d'organisation, pp.239 p.22, Paris.
- PHILIPPE S., 2012, « Analyse critique de l'éthique organisationnelle », *Communication et organisation* [En ligne], 20 | 2001, mis en ligne le 27 mars.
- RICŒUR P., 1990, Soi-même comme un autre, coll. *L'ordre philosophique, Seuil*, 368, *Paris.*
- TREVIÑO L. K., WEAVER G. R., & REYNOLDS S. J., 2006, « Behavioral ethics in organizations : A review », *Journal of management*, *32*(6), pp. 951-990.
- ULRICH P. 2000, Integrative economic ethics -Towards a conception of socio-economic rationality, In *Contemporary economic ethics and business ethics*, pp. 37-54, Springer Berlin Heidelberg.
- ZOUHAIR BENBRAHIM, 2006, « Éthique et gouvernance : entre intentions et pratiques », *Management & Avenir* /1 (n° 7), pp. 43-59.