Mox39

Les entreprises ont-elles une responsabilité au-delà de la recherche du profit ?

Amaury Trudelle

Ecole Nationale Supérieure des Arts et Métiers (ENSAM)
8 boulevard Louis XIV, Lille

Démarche :

L'heure des responsabilités approche à grand pas. Dans moins d'un an maintenant, je vais rejoindre une entreprise pour effectuer mon stage de fin d'études et enfin faire mon entrée dans le monde professionnel. Si je ne redoute pas cette nouvelle étape, je redoute cependant la prise de décision qui va m'y mener. Comment trouver une entreprise qui me plaît ? Comment classer les entreprises ? Comment savoir si je ne me trompe pas en choisissant cette entreprise plutôt qu'une autre ? Tant de questions et si peu de réponses.

J'allume alors mon ordinateur, ouvre un navigateur et glisse quelques mots clés en rapport avec mon projet professionnel dans la barre de recherche : grande entreprise, énergie, ingénieur. Tout à coup, je me trouve submergé par le nombre astronomique d'entreprises mises en avant, que je ne sais différencier. Ainsi, je saisis qu'il me manque un élément crucial pour aller plus loin : définir ce que je recherche. Je dresse alors une liste de critères correspondant à mes valeurs et mes attentes, et je m'efforce de hiérarchiser ces critères. Tout en haut de ma liste, de loin le plus important à mes yeux, je place : « trouver une entreprise dans laquelle je me sens utile à la société. »

À l'issue de cette réflexion, je sais désormais ce que je cherche mais ce n'est pas pour autant que je vais réussir à trouver car je me rends compte que ce critère n'est pas des moindres. Il me semble en effet difficile de trouver des entreprises totalement éthiques car j'ai toujours l'impression que tout n'est question que de profit. Et je finis donc même par me demander : les entreprises ont-elles une responsabilité au-delà de la recherche du profit ? Et si ce n'est pas le cas, comment s'y prend-on pour changer cela ?

C'est donc dans l'optique de répondre à cette question qui me taraude depuis quelques temps, que j'ai souhaité participer à ce concours.

Résumé :

Cet essai explore la conciliation entre éthique et performance en entreprise. Après avoir retracé l'évolution des entreprises, de l'artisanat aux multinationales centrées sur le profit, il met en évidence les dérives du capitalisme et les nouvelles attentes sociétales en matière de responsabilité sociale et environnementale. Face à ces défis, il propose des solutions concrètes, telles qu'une gouvernance éthique, une implication accrue des employés et un engagement des consommateurs et investisseurs. L'étude conclut que l'éthique, loin d'être un frein, peut être un levier de pérennité et de compétitivité pour les entreprises modernes.

Bibliographie :

- LAGARRIGUE, Jacques, LEBE, Guy. Conscience éthique et pratiques professionnelles. Recherche & formation, N°24, 1997. P. 121-130
- PENOT, Alexis. Entreprises et entrepreneurs à travers l'histoire. ENS de Lyon, 19 décembre 2011. Disponible sur : < https://ses.ens-lyon.fr/articles/entreprises-et-entrepreneurs-a-travers-l-histoire-137882 > (consulté le 23 février 2025)
- CARTWRIGHT, Mark. Guildes du Moyen-Âge. World History Encyclopedia, 14 novembre 2018. Disponible sur : < https://www.worldhistory.org/trans/fr/1-17576/guildes-du-moyen-age/ > (consulté le 23 février 2025)
- HOFFMAN, W. Michael, FREDERICK, Robert E., SCHWARTZ, Marc S.. Business Ethics - Readings and Cases in Corporate Morality. WILEY Blackwell, 2014.
- ABBOTT, Jennifer, ACHBAR, Mark, réal. The Corporation. 2003. 2h45

Introduction

Afin de traiter d'éthique professionnelle, il convient tout d'abord de définir ce terme. D'une part, il y a la notion d'éthique. Souvent confondue avec la morale, elle s'en distingue du fait de sa dimension réflexive. En effet, là où la morale semble être un ensemble de règles indiscutables, qui définissent ce qui est bien ou mal, l'éthique questionne les principes de cette morale. Le philosophe français du XXe siècle, Paul Ricoeur résume cette idée dans son essai *Avant la morale : l'éthique*, en disant : « Je propose […] de réserver le terme d'éthique pour tout le questionnement qui précède l'introduction de l'idée de loi morale ». L'éthique est donc un processus de réflexion sur les conduites humaines, cherchant à définir les limites d'une situation et à trouver la meilleure manière d'agir. D'autre part, il y a le terme professionnel, qui fait évidemment référence à l'exercice d'une profession, d'un travail.

Ainsi, on entend par éthique professionnelle, l'ensemble des réflexions menées en rapport avec le monde du travail et visant à établir un cadre de référence qui aide les employés et dirigeants à prendre des décisions tendant le plus possible vers le juste et le bien.

L'éthique professionnelle forme donc un vaste domaine de réflexion et nous pourrions nous intéresser à une multitude de questions et dilemmes éthiques. Néanmoins, dans le contexte particulier de cet essai nous choisirons de nous concentrer sur l'éthique des entreprises au sens large.

Les entreprises modernes, qui ont émergé lors de la première révolution industrielle, ont jusqu'à aujourd'hui semblé chercher à maximiser la production et la recherche du profit, souvent au détriment de l'environnement et des individus. Toutefois, nous observons ces dernières années une crise de confiance de la part du public vis-à-vis des entreprises. La société semble ainsi attendre plus de responsabilité de la part des entreprises. Nous chercherons donc à répondre aux interrogations suivantes : l'entreprise a-t-elle une responsabilité au-delà de la recherche du profit ? Peut-on être compétitif tout en étant éthique ?

Nous discuterons dans un premier temps de l'évolution de la fonction de l'entreprise de l'antiquité jusqu'à aujourd'hui. Ensuite, nous analyserons les attentes sociétales actuelles à l'égard des entreprises. Enfin, nous proposerons des solutions concrètes pour que les entreprises s'inscrivent durablement dans une démarche éthique et sociale.

I. L'entreprise moderne : entre création de richesse et dérives

A) Des premières entreprises…

Les premières entreprises, dont on retrouve les traces dans l'Antiquité, étaient majoritairement des entreprises familiales et artisanales. À travers l'exercice de leur activité, l'objectif n'était pas spécialement l'accumulation illimitée de richesse, mais plutôt la satisfaction des besoins locaux et le maintien ou l'acquisition de statuts social et politique stables. Le Moyen Age a ensuite vu l'émergence des guildes de marchands et d'artisans. Propres à chaque secteur commercial, les guildes furent créées par les commerçants afin de s'assurer mutuellement une protection, qu'elle soit pour leur personne mais aussi pour leurs marchandises, lorsqu'ils voyageaient le long des routes commerciales. Rapidement, ils définirent d'autres objectifs communs comme ceux de protéger leur secteur de la concurrence, de maintenir des normes de qualité - ce qui était assuré en réglementant la formation des apprentis - et d'accroître leur influence auprès des seigneurs ou souverains. Il s'agissait donc encore à cette époque d'une conception de l'entreprise qui œuvre pour le bien commun, même si l'on peut déjà voir apparaître certaines dérives comme le désir d'accumulation d'argent pour acheter des terres et l'avidité de pouvoir. Enfin, c'est au XVIème siècle qu'apparait l'entreprise sous sa forme la plus proche de celle que l'on connaît aujourd'hui. Avec l'avènement du

commerce maritime, les échanges commerciaux se développent à l'international, provoquant la naissance de nouvelles organisations économiques telles que les grandes compagnies de commerce. Ces compagnies participent à l'apparition des premiers investisseurs, qui financent leurs expéditions en échange d'une part des profits. Ceci pose ainsi les bases du capitalisme moderne. Cependant, cette nouvelle dynamique économique engendre rapidement des dérives. D'une part, les grandes compagnies commerciales, animées par une logique expansionniste, participent à la colonisation et au développement du travail forcé, voire de l'esclavage. D'autre part, la spéculation financière, encouragée par l'émergence des premières bourses et banques modernes, conduit à des crises économiques qui fragilisent certaines couches de la population. Les entreprises commencent donc à influencer les sociétés et à provoquer des inégalités sociales fortes. Cette rupture avec les entreprises antiques va être exacerbée à partir de la révolution industrielle.

B) Aux entreprises modernes

Au XVIIIème siècle, on assiste aux prémices de l'industrialisation. Bien qu'elle favorise l'innovation et la production à grande échelle, et participe donc au progrès, elle entraîne des bouleversements sociaux majeurs. Tout d'abord, l'artisanat local décline face à la montée de la production mécanisée qui supprime des emplois et prive donc de nombreux travailleurs de leurs moyens de subsistance. De plus, l'accumulation des richesses par une minorité de marchands et d'industriels accentue les inégalités sociales, posant la question de la répartition équitable des bénéfices du progrès économique. Par la suite, la séparation entre propriétaires et gestionnaires, la standardisation du travail et l'essor du capitalisme financier contribuent à modifier les motivations et le fonctionnement des grandes firmes, qui se tournent désormais vers la recherche frénétique du profit. L'économiste américain Milton Friedman, résume cette nouvelle mentalité dans son célèbre essai *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*. Il affirme que l'unique responsabilité d'une entreprise est de maximiser la valeur pour ses actionnaires, tant qu'elle respecte la légalité. Cette vision a façonné le paysage économique actuel, dans lequel les entreprises sont souvent jugées sur leurs performances financières plutôt que sur leur impact social. Cependant, cette focalisation sur le profit a engendré des dérives éthiques majeures. Les scandales comme celui d'Enron, où la manipulation comptable a conduit à une faillite retentissante, illustrent comment la recherche effrénée de rendement peut pousser des entreprises à adopter des pratiques malhonnêtes. De même, l'industrie pharmaceutique a été accusée de prioriser le profit au détriment de la santé publique, notamment dans la fixation des prix des médicaments essentiels. Les entreprises multinationales sont aussi critiquées pour leur impact environnemental et social : pollution, exploitation des travailleurs dans des pays à faible réglementation, lobbying contre des normes écologiques plus strictes. Un autre aspect préoccupant est la logique de court-termisme, où la pression des actionnaires pour des rendements immédiats conduit à des décisions nuisibles sur le long terme, tant pour les employés que pour l'environnement. Face à ces dérives, certaines théories comme celle du "shared value" (valeur partagée) proposée par Michael Porter suggèrent que les entreprises devraient non seulement viser le profit, mais aussi contribuer positivement aux communautés et à la société dans son ensemble. Cependant, la mise en œuvre de ces principes reste limitée par les impératifs économiques dominants. Aujourd'hui, alors que les crises climatiques et sociales s'intensifient, l'enjeu majeur des entreprises modernes est de concilier leurs intérêts financiers avec des responsabilités sociétales et environnementales accrues.

II. Vers une entreprise aux fonctions élargies

Face à ces scandales, la société civile et les consommateurs se montrent de plus en plus critiques.

A) Les nouvelles attentes sociétales

Les attentes sociétales envers les entreprises ont considérablement évolué au cours des dernières décennies, sous l'impulsion, comme nous l'avons évoqué précédemment, de crises environnementales, sociales et économiques. L'une des attentes majeures des consommateurs et des citoyens étant aujourd'hui la prise en compte de l'urgence climatique. Face au réchauffement global de la planète, il est attendu des entreprises qu'elles limitent leur impact en réduisant leur empreinte carbone, en adoptant des modes de production plus responsables et en s'engageant activement dans la transition énergétique. En parallèle, le besoin de transparence est devenu crucial. En effet, à la suite des multiples révélations de scandales liés à la corruption, à l'évasion fiscale ou aux violations des droits humains, l. Enfin, les consommateurs sont également de plus en plus exigeants quant à l'origine des produits, aux conditions de travail des employés et aux valeurs portées par les marques. Il semble que la société ait décidé de mettre fin à l'ère du profit à tout prix et souhaite que les entreprises prennent des responsabilités.

B) Les mesures prises

Face à cette crise de confiance grandissante, de nombreuses entreprises ont mis en place des politiques renforçant leur engagement éthique. De plus en plus d'entreprises publient des rapports de responsabilité sociale et environnementale (RSE) détaillant leurs pratiques, leurs impacts et leurs engagements en matière d'éthique. Elles s'engagent également à respecter des normes internationales, comme les principes du Pacte mondial des Nations unies ou les critères ESG (environnementaux, sociaux et de gouvernance), afin de prouver leur volonté de s'améliorer. Une autre politique clé est l'adoption de chartes éthiques internes et de codes de conduite contraignants pour les employés et les dirigeants. Ces documents encadrent des aspects cruciaux tels que la lutte contre la corruption, la diversité et l'inclusion, ainsi que le respect des droits humains dans la chaîne d'approvisionnement. La formation des employés à l'éthique professionnelle est également devenue une priorité. Des programmes de sensibilisation sont régulièrement proposés afin d'inculquer une culture d'intégrité et de responsabilité à tous les niveaux de l'organisation. D'un point de vue commercial, la crise de confiance pousse aussi les entreprises à adopter des pratiques plus durables, notamment en réduisant leur empreinte carbone, en favorisant des chaînes d'approvisionnement responsables et en développant des produits plus respectueux de l'environnement. Enfin, face à l'importance des réseaux sociaux et à la pression de l'opinion publique, les entreprises adoptent une communication plus authentique et réactive. Elles cherchent à dialoguer directement avec les consommateurs, notamment en répondant aux critiques et en s'engageant à corriger leurs erreurs. Ces politiques, bien que bénéfiques, restent néanmoins sujettes au scepticisme du public, qui exige des preuves concrètes et des actions réelles plutôt que des promesses ou du "greenwashing". Ainsi, seules les entreprises qui intègrent véritablement l'éthique dans leur modèle économique parviendront à regagner durablement la confiance des citoyens et des consommateurs. Nous verrons donc dans la suite comment aller au-delà de la simple RSE et assumer les responsabilités souhaitées par le public.

III. Quelles solutions pour une entreprise éthique et responsable ?

A) Pour les dirigeants : une gouvernance éthique

L'instauration d'une gouvernance éthique repose sur des engagements concrets de la part des dirigeants d'entreprise. La mise en place d'un comité d'éthique chargé de superviser les décisions stratégiques est une première étape essentielle. Ce comité, composé de membres internes et externes, veille à la conformité des pratiques avec des principes éthiques et sociétaux. Il contribue également à instaurer une culture de responsabilité en proposant des recommandations et en sanctionnant d'éventuelles dérives. Par ailleurs, la question de la rémunération équilibrée se pose avec acuité. La limitation des écarts salariaux entre les

dirigeants et les employés favorise une plus grande cohésion interne et réduit le sentiment d'injustice sociale. De grandes entreprises comme Danone ont adopté des politiques visant à réduire ces inégalités, dans un souci de responsabilité sociale et de performance durable. Enfin, la transparence constitue un pilier essentiel d'une gouvernance éthique. Les entreprises doivent rendre des comptes sur leurs pratiques environnementales et sociales par le biais de rapports accessibles au public. La mise en place d'initiatives telles que le reporting extra-financier, obligatoire pour certaines entreprises en Europe, permet d'assurer un suivi rigoureux et de renforcer la confiance des parties prenantes.

B) Pour les salariés : un engagement participatif

L'éthique en entreprise ne peut se limiter à la seule action des dirigeants ; elle doit être encouragée à tous les niveaux de l'organisation. Le développement d'une culture d'entreprise fondée sur des valeurs éthiques est primordial. Pour ce faire, des programmes de formation et de sensibilisation doivent être mis en place afin d'aider les salariés à intégrer ces principes dans leur quotidien professionnel. De grandes entreprises comme Google ou Salesforce investissent dans des formations à l'éthique et à la déontologie. En parallèle, l'encouragement au whistleblowing joue un rôle crucial dans la prévention des abus. Proposer des mécanismes de protection pour les lanceurs d'alerte permet d'assurer une meilleure transparence et de lutter efficacement contre la corruption et les pratiques déloyales. La législation européenne a récemment renforcé ces protections, imposant aux entreprises de plus de 50 salariés d'instaurer des dispositifs internes de signalement. Enfin, le bien-être au travail est un enjeu central de l'éthique en entreprise. Offrir une flexibilité des horaires et garantir le droit à la déconnexion permet de préserver la santé mentale des employés et d'améliorer leur productivité. En France, la loi El Khomri de 2017 a formalisé ce droit à la déconnexion, incitant les entreprises à mieux réguler l'usage des outils numériques hors temps de travail.

C) Le rôle des consommateurs et des investisseurs

Les consommateurs et les investisseurs ont un rôle déterminant dans la transformation éthique des entreprises. En privilégiant une consommation responsable, les citoyens peuvent encourager les entreprises à adopter des pratiques plus vertueuses. Le développement des labels éthiques, comme Fair Trade pour le commerce équitable ou B Corp pour les entreprises à impact positif, offre aux consommateurs des repères clairs pour orienter leurs choix. Selon une étude de Nielsen, 73 % des consommateurs se disent prêts à modifier leurs habitudes d'achat en faveur d'entreprises plus responsables. Par ailleurs, le rôle des investisseurs ne cesse de croître dans cette dynamique. L'essor des fonds d'investissement intégrant des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) témoigne de cette tendance. Des institutions financières comme BlackRock ont annoncé une redirection de leurs investissements vers des entreprises respectueuses des critères ESG, incitant ainsi les sociétés à revoir leurs pratiques. Enfin, des initiatives comme la finance solidaire permettent de soutenir des projets à impact positif. La plateforme LITA.co, par exemple, permet aux citoyens d'investir directement dans des entreprises engagées dans la transition écologique et sociale. L'engagement des consommateurs et des investisseurs constitue donc un levier essentiel pour une économie plus éthique et responsable.

Conclusion

L'éthique professionnelle, et plus particulièrement l'éthique des entreprises, est devenue un enjeu majeur dans nos sociétés modernes. Si l'histoire des entreprises montre une évolution progressive vers la recherche du profit, parfois au détriment de considérations humaines, sociales et environnementales, les attentes sociétales actuelles imposent une remise en question profonde de ces pratiques. Face aux dérives du capitalisme et aux crises écologiques

et sociales, les entreprises ne peuvent plus se contenter de maximiser leur rentabilité sans assumer leurs responsabilités envers la société.

Aujourd'hui, il ne s'agit plus seulement d'éviter les scandales ou de respecter la légalité, mais d'adopter une démarche proactive en faveur d'une gouvernance plus éthique. Cela passe par des engagements concrets de la part des dirigeants, une meilleure implication des employés et une transparence accrue. Toutefois, la transformation éthique des entreprises ne peut reposer uniquement sur leurs décisions internes. Les consommateurs, par leurs choix de consommation, et les investisseurs, par leur soutien à des modèles plus durables, jouent un rôle fondamental dans cette évolution.

Finalement, cet essai nous montre que la compétitivité et l'éthique ne sont pas incompatibles. Au contraire, une entreprise qui intègre l'éthique au cœur de son modèle peut non seulement répondre aux exigences sociétales, mais également renforcer sa pérennité et sa performance sur le long terme. L'avenir des entreprises ne se résume donc pas à une simple opposition entre profit et responsabilité, mais bien à la recherche d'un équilibre entre croissance économique et impact positif sur le monde.