



## L'éthique en entreprise : comment concilier croissance et engagement ?

**Qu'est-ce que l'éthique en entreprise ? La croissance entrepreneuriale est-elle forcément contraire à l'éthique ? Comment les valeurs morales peuvent-elles influencer l'activité d'une structure en recherche de compétitivité ?**

Ces dernières années, l'entrepreneuriat a évolué dans le sens de plus de responsabilité, d'éthique et d'engagement.

Dans un environnement ultra-concurrentiel, comment trouver un équilibre entre ces nouvelles contraintes et l'exigence de compétitivité ?

### **Qu'est-ce que l'éthique ?**

L'éthique est un concept proche de la morale. C'est une réflexion individuelle ou collective concernant **les valeurs sur lesquelles doivent s'appuyer les actions et les décisions d'une organisation.**

L'éthique porte la réflexion vers :

- une considération de ce qui est juste, de ce qui est bien et sur les valeurs qui motivent la sensation d'accomplissement,
- les actions à mettre en place pour agir collectivement ou individuellement en faveur d'un idéal à atteindre.

Dans le milieu professionnel, **le code de déontologie** est une extension de l'éthique.

L'éthique n'est pas une science exacte, elle est fluctuante, subjective et adaptative. Il n'est pas normative car elle dépend du berceau de valeurs dans lequel elle s'inscrit. Ainsi, la culture, l'histoire, le contexte socio-économique, etc, sont autant de facteurs d'influence sur **la notion**

**d'éthique** et ses composantes.

Pour concevoir la croissance au travers de l'éthique, il est essentiel d'en comprendre les enjeux.

## Quels sont les enjeux de l'éthique dans un contexte de croissance économique ?

Il existe trois principaux points de vigilance, liés aux contextes locaux, nationaux et internationaux. Chaque entreprise en quête de pérennisation et de croissance doit aujourd'hui les prendre en compte.

### 1) L'enjeu économique.

Il est celui qui oriente la décision d'inclure ou non une démarche raisonnée en faveur de l'éthique d'entreprise.

L'entreprise, en tant qu'entité économique, a une obligation de compétitivité et de rentabilité, quel que soit le produit ou service qu'elle propose. C'est ici la condition *sine qua none* pour espérer perdurer sur son marché.

Pourtant, la demande des clients est de plus en plus tournée vers l'éthique et la responsabilité.

### 2) L'enjeu social.

Il consiste à offrir des **conditions de travail décentes et équitables**. Il participe à la création d'un contexte propice au développement d'opportunités pour les publics concernés :

- en participant à la valorisation du parcours des employés,
- en luttant contre l'exclusion des publics fragilisés,
- en proposant un accès à la formation et aux emplois adaptés,
- en s'engageant contre la discrimination à l'embauche et en faveur de l'égalité homme-femme.

Indirectement, les entreprises participent à la vie de la cité, par exemple à travers les impôts auxquels elles sont soumises.

### 3) L'enjeu environnemental.

Il ne peut y avoir de vision à long terme sans une gestion optimale des ressources. Par là, nous entendons l'importance de considérer les besoins liés à l'activité économique face à ceux des populations et des écosystèmes.

L'enjeu global de la croissance se trouve donc pris dans ces trois problématiques, par ailleurs connues de l'opinion publique.

Dans un tel paradigme, voici quelques pistes de réflexion pour **mettre en cohérence la nécessité de croissance avec vos valeurs**.

## Comment concilier croissance et éthique en entreprise ?

Difficile d'envisager la croissance telle qu'elle est perçue aujourd'hui comme un élément favorable à l'équité ou à l'éthique. Les comportements entrepreneuriaux classiques paraissent peu adaptés pour

une vision sociale et environnementale de long terme.

**Cependant de nombreuses actions sont mises en place en faveur d'une croissance éthique :**

- l'entreprise ne se vit plus comme une entité pyramidale mais se construit de manière coopérative, grâce au **boom de l'économie sociale et solidaire**,
- l'écoconception devient un challenge engageant et fédérateur, rendu possible par l'innovation,
- les produits gagnent en qualité et en durée de vie,
- les déchets sont valorisés : c'est l'âge d'or de l'upcycling et du zéro déchet,
- les bassins d'emplois sont stimulés grâce aux circuits courts,
- la communication se fait *slow*, avec **des campagnes marketing plus ciblées** et une information axée sur la transparence.

L'éthique n'est donc pas nécessairement opposée à une certaine forme de profit et de croissance. Tout sera alors une question d'échelle et de répartition de la valeur créée.