

**Zeitschrift:** Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes Economiques et Sociales

**Herausgeber:** Société d'Etudes Economiques et Sociales

**Band:** 60 (2002)

**Heft:** 4: Compétences et connaissances dans l'entreprise : comment les gérer

**Buchbesprechung:** Compte-rendu

**Autor:** [s.n.]

#### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 17.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## **COMPTE-RENDU**

### **DANS LA « JUNGLE » DES AFFAIRES : QUELLE PLACE POUR L’ÉTHIQUE ? \***

***François H. Courvoisier – Professeur à la Haute école de gestion (HEG) de Neuchâtel, Suisse.***

Lors de ce colloque, il n'est apparu aucun contradicteur à la nécessité de baser ses affaires sur une éthique afin d'assurer à long terme la satisfaction de ses clients, de son personnel et de tous ses partenaires d'affaires ! « L'éthique est un sujet consensuel, c'est le bien contre le mal, et personne n'est contre le bien ! », affirme M. Jean-Christophe Zwick, de CatalyzNet. Une pression économique actuellement plus forte, certaines règles de base (parole donnée, consensus autour de valeurs) qui ne vont plus de soi, des problématiques nouvelles liées à la technique (pollution, internet) ou à la gestion des ressources (mobbing, critères liés aux appels d'offres) font qu'il est absolument nécessaire pour l'entreprise de se donner un style, une ligne claire, de la communiquer et de s'y tenir. Rien de tel que de changer de registre pour déstabiliser les gens ! Pourquoi l'éthique n'est-elle pas toujours appliquée ? Pourquoi est-ce que parfois l'éthique... elle tique ? Des entreprises et des individus l'appliquent trop souvent comme un vernis, un ravalement de façade.

Le professeur François Dermange, de l'Université de Genève, souligne quatre buts de l'éthique : jouer tous avec les mêmes règles, rappeler les objectifs et donner une visée commune à l'entreprise, prévenir les sources de conflits et clarifier ce qui se passe en cas de conflit. Il distingue trois grands modèles éthiques qui ont cours dans les entreprises : tout d'abord l'éthique qui s'apprécie en fonction de ses conséquences : on est éthique si l'on joue le jeu de la concurrence ou, selon Adam Smith, le contraire de l'éthique, c'est le monopole ! Il n'y a pas d'éthique sous la contrainte. Ensuite, l'éthique peut reposer sur un modèle des droits, où les règles doivent être clarifiées, et si possible les mêmes pour tous. Finalement, l'éthique peut se référer à un idéal, un modèle de vertus suscitant l'admiration. Ce modèle a l'avantage d'embrasser une vision complète de l'homme, tant dans sa vie privée que professionnelle, mais ne fournit pas d'évidence quant à la recherche du « bien » propre à chaque individu. Dans cette « jungle » des éthiques, y a-t-il une place pour les affaires ? Pour le prof.

---

\* Colloque organisé par PME–Université et Hautes écoles le 20 novembre 2002 au Château de La Sarraz.

François Dermange, une bonne éthique, c'est en résumé le respect du droit et de l'intérêt bien compris de chacun, plus la conscience du chef d'entreprise face à la prise de risque.

Consultant, M. Michel Muller est spécialiste de l'élaboration de chartes éthiques pour les entreprises. Lors de sa formation en théologie, il a retenu la définition suivante, issue de la tradition chrétienne : « L'éthique, c'est la gestion du péché ». Il est vrai, selon le prof. Dermange, que le sexe, l'argent et le pouvoir sont les trois lieux traditionnels de la fragilité humaine, qui ont conduit à l'éthique des moines : chasteté, pauvreté et humilité ! M. Michel Muller qualifie d'éthique l'état d'esprit et les attitudes orientées vers l'action apportant de la valeur à l'entreprise. Il y a implicitement une adéquation entre la recherche du rendement et la quête du sens de l'entreprise. La création d'une charte d'entreprise est autant un processus visant à mobiliser les ressources humaines dans la même direction qu'un aboutissement sur le partage de valeurs communes. Le contexte de la charte, sa forme, son contenu, son application et surtout son suivi par un « gardien de la charte » sont les phases essentielles du processus de l'éthique en entreprise.

Dans les relations bancaires, y a-t-il une place pour l'éthique ? M. Philippe Thévoz, responsable des relations publiques de la Banque Raiffeisen, a répondu oui sans hésitation. La structure juridique en coopératives régionales, les relations de proximité (l'argent du village pour le village), le mandat des ex- caisses Raiffeisen d'être une alternative aux usuriers et une association d'aide à soi-même a créé depuis plus de cent ans d'incontestables racines éthiques à cette banque qui s'est développée de l'épargne-placement au conseil financier global. Elle a d'ailleurs bénéficié ces dernières années d'un afflux de clients déçus de la politique trop mondiale et hautaine de certaines grandes banques... L'éthique à la banque Raiffeisen se manifeste par un engagement vers le long terme et le développement durable, et la prise en compte de tous les aspects économiques, sociaux et environnementaux. Il s'agit, pour les clients, de garantir une la banque à leur service, pour répondre à leurs besoins de proximité. L'entreprise doit aussi garder le sens de la mesure pour gérer ses bénéfices et rémunérer ses directeurs sans excès. La banque essaie d'éviter des structures tentaculaires, elle soutient des labels écologiques, et, au travers de sa fondation, des projets de développement durable. Elle offre également des fonds de placements éthiques alternatifs, tout en évitant un « fondamentalisme dogmatique ».

Dans le débat qui a suivi les présentations, de nombreuses questions intéressantes ont été posées, comme : L'approche du commerce équitable des matières et produits « sud-nord » est-elle transposable à d'autres secteurs ? Quelle est la raison de la « non-éthicité » de certaines entreprises ? Pour M. Laurent Multone, chef d'entreprise, le secteur de la construction et du bâtiment pourrait s'inspirer du modèle de la Fondation Max Havelaar. Il pense aussi que c'est une

formation « trop basique » de certains dirigeants, couplée à une déresponsabilisation et une quête individualiste du bien qui peut provoquer des dérives.

M. Michel Guex, président du Groupement PME Université et Hautes écoles, constate pour conclure que l'éthique commence là où il y a de la liberté, qu'il s'agit clairement d'une culture d'entreprise ancrée dans les tripes de ses dirigeants et non d'un catalogue de choses à faire ou à bannir. L'éthique est devenue aujourd'hui un passage obligé pour se positionner sur le marché : on est passé d'une phase de « qualitativement correct » (les certifications ISO) à une ère de « socialement correct » où l'entreprise et les personnes qui la composent doivent être nets et responsables. Comme le disait Henry Ford, « l'entreprise doit faire des profits, sinon elle mourra, mais elle ne doit pas seulement faire des profits, sinon elle mourra aussi ».