

► Un des mots les plus utilisés dans le business mérite quelques commentaires

Ethique dans l'entreprise: est-ce le retour de Tartuffe?

Alors que le filon de l'argent abondant, rapide et facile se tarit peu à peu, certaines entreprises tentent de ravalier une façade écaillée avec une peinture miracle: l'éthique. Va-t-elle tenir longtemps?

Jean-Christophe Zwick*

«**E**n tant que cadres et employés d'Enron Corp., de ses succursales et des entreprises associées, nous sommes responsables de conduire les affaires des compagnies en accord avec les lois applicables, et d'une manière honnête et morale.» Cette vertueuse profession de foi, signée Kenneth Lay, est la première phrase de la préface du désormais célèbre *Code of Ethics* de la défunte société texane.

Sans connaître ce qui s'est passé depuis la rédaction de ce code en juillet 2000, ces phrases sembleraient frappées au coin de la

plus élémentaire morale d'entreprise, et porteraient leur auteur au pinacle de la moralité. Las! Ceci n'était qu'un vernis qui a finalement craqué sous la pression des événements. Mais pour une tartuferie dévoilée, combien d'entreprises qui dissimulent derrière de telles phrases creuses des pratiques répréhensibles, et pas seulement moralement?

Mais l'éthique, c'est quoi? *Le Petit Robert* la définit ainsi: «Science de la morale. Art de diriger la conduite», et le *Micro Robert* ajoute: «Ensemble des conceptions morales de quelqu'un.» Pour la morale, le même *Petit Robert* nous éclaire: «Science du bien et du mal. Théorie de l'action humaine en tant qu'elle est soumise au devoir et a pour but le bien». Sans vouloir faire une étude étymologique du terme, ajoutons encore que l'anglais «ethics» recouvre aussi bien l'éthique que

la morale. L'éthique est donc la lutte du bien contre le mal au sein de l'entreprise.

L'éthique est une affaire de culture d'entreprise: elle ne se crée pas par la publication d'in-

«L'éthique, c'est comme le sexe: ceux qui en parlent et ceux qui pratiquent sont rarement les mêmes.»

tentions, si louables soient-elles. Elle se construit petit à petit, se nourrissant des exemples des cadres, des prises de position publiques de la société, et surtout des actions de l'entreprise telles qu'elles sont vues de l'intérieur par les employés. L'éthique est affaire de tous et concerne tous les niveaux de l'entreprise. En 2000, l'américain Ethics Resource Center a réalisé un sondage, dans lequel il apparaissait que 43% des répondants pen-

saient que leurs supérieurs n'étaient pas des exemples d'intégrité!

L'éthique est aussi un moyen de développer de bonnes manières, et ceci ne peut se faire à court terme. Un bon point de départ

récompense du gestionnaire est directement liée aux décisions prises par lui-même. Est-il raisonnable de penser qu'il puisse exister une «muraille de Chine» à l'intérieur de l'esprit du décideur? Un manager va-t-il risquer de perdre un marché juteux – et donc de conséquents bonus – en refusant par exemple de donner un petit dessous-de-table? Va-t-il risquer de prendre une décision risquant de faire baisser l'action à court terme si sa rémunération est constituée de stock-options?

L'éthique n'est pas une affaire d'image et de communication, c'est une culture du respect de la totalité des intervenants et partenaires de l'entreprise. L'assurance qui licencie 7% de ses employés en raison du rendement insuffisant de ses placements a peu de probabilités d'être une praticienne de l'éthique, méprisante qu'elle est avec

ses employés. De plus, cette navigation à vue démontre l'absence de vision à long terme, donc de volonté de créer une culture forte. Peut-être les actionnaires seront-ils heureux une année... probablement pas deux!

Malheureusement, les bénéfices d'une culture éthique sont essentiellement intangibles, donc financièrement invisibles. Pour cette raison, l'utilisation de ce concept comme peinture masquante a encore de beaux jours devant elle et nombre d'entreprises vont continuer à avoir une morale... étique ●

* Associé de CatalyzNet, conseil et formation en stratégie d'entreprise, www.catalyznet.com.

Si vous souhaitez réagir à cet article, envoyez un e-mail à l'adresse:

ethique@catalyznet.com.