

Cours interentreprise 5

1.1.8.3

Utiliser les connaissances de l'entreprise


J'explique à un profane les caractéristiques suivantes de mon entreprise :

- Groupes d'intérêts et leurs besoins
- **Charte d'entreprise / philosophie** / stratégie
- Contexte historique
- Forme juridique / rapports de propriété
- Structure organisationnelle
- Position sur le marché
- Principaux points fort de l'entreprise
- Standards en matière de gestion de la qualité
- **Contribution à la Corporate Social Responsibility (contribution au développement écologique et social durable)**

Définitions et Historique



Définitions et Historique



Le mot éthique apparaît au 13^e siècle :
La science de la morale, l'art de diriger la conduite

La Morale

C'est la science du bien et du mal, c'est une théorie de l'action humaine reposant sur la notion de devoir avec pour but le bien.

Définitions et Historique



L'Éthique répond à la question :
Quoi faire pour « Bien faire » ?

diversity

Définitions et Historique

L'éthique professionnelle est ainsi l'art (ou la science) de la morale des comportements liés à une activité professionnelle.



Les principes éthiques ont évolué et ont donné naissance au développement du Corporate Social Responsibility qui signifie Responsabilité sociétale des entreprises (RSE).

Actuellement les principes éthiques sont un des aspects de la RSE.

CI 3 – S 3+1 et S 2+1 – Volée 2018 – 2019 – novembre 2018

L'éthique professionnelle

Définition :

L'éthique professionnelle signifie le respect des règles de conduite en usage dans le milieu professionnel

=

avoir le sens des responsabilités et des valeurs.

Canton du Jura

CI 3 – S 3+1 et S 2+1 – Volée 2018 – 2019 – novembre 2018

L'éthique professionnelle – Charte d'entreprise

Afin d'instaurer des «règles de conduite» au sein de l'entreprise, il est possible de créer des chartes d'entreprise.

Définition :

La charte d'entreprise peut être définie comme l'ensemble des principes fondamentaux d'une institution ou d'une entreprise.

On parle aussi, au sujet des chartes d'entreprise, de **la culture de l'entreprise**.

L'éthique professionnelle – Charte d'entreprise

Culture d'entreprise :

La culture, c'est ce qui fait que chaque entreprise est **unique**.

Deux entreprises peuvent suivre la même stratégie, avoir les mêmes structures, recourir aux mêmes techniques de gestion, **elles ont néanmoins leur propre culture**.

L'adhésion à la culture d'entreprise est **un processus de long terme** et passe nécessairement (sous peine d'échec) par une implication de tous, qu'il s'agisse de la direction ou des collaborateurs de l'entreprise.

Exemple : SWISS

L'éthique professionnelle – Charte d'entreprise

Culture d'entreprise - rôles :

La culture de l'entreprise permet de maintenir une **cohésion**, elle unit le personnel autour du nom, des produits, des services, des clients, de l'image de marque, afin de devenir un facteur de performance en rassemblant le personnel et en le motivant.

La culture d'entreprise peut également avoir un rôle dans le recrutement, en permettant aux futurs collaborateurs de se reconnaître dans ce que l'entreprise présente comme son identité.

SUVA

Les acteurs de l'éthique professionnelle

- 1. Les collaborateurs**
- 2. Les clients**
- 3. Les actionnaires**
- 4. L'environnement (syndicat, pouvoir public, groupes de pression, etc.)**
- 5. Les fournisseurs**

Chacun doit saisir le bien fondé de l'éthique professionnelle et agir en conséquence.

Les principes fondamentaux de l'éthique professionnelle

- **Respecter l'intégrité**

(Intègre: qualité d'une personne incorruptible, dont la conduite et les actes sont irréprochables)

- **Faire preuve de professionnalisme**

- **Respecter la diversité**

(Caractère de ce qui est opposé, contradictoire)

Les domaines de l'éthique professionnelle

Ethique dans le domaine financier → La comptabilité doit refléter la situation financière réelle de l'entreprise (pas de surévaluation d'actif).

Ethique dans les RH → Discrimination à l'engagement (confession, orientation sexuelle, âge, handicap, etc.) en matière salariale (fonction du sexe par exemple).

Ethique dans le marketing (ventes) → La stratégie marketing ne doit pas se baser sur des éléments déloyaux (produit d'appel à bas prix mais pas disponible; faire croire qu'un produit est fabriqué écologiquement alors qu'il ne l'est pas, etc...).

Les domaines de l'éthique professionnelle

Ethique dans la production

→ L'entreprise doit s'assurer que ses produits et ses processus de production ne sont pas nuisibles (pour ses collaborateurs, pour l'environnement, pour les clients).

Ethique face à la concurrence

→ Il est interdit de dénigrer ses concurrents.

Mon comportement éthique au sein de mon entreprise

- **Ne pas entraîner l'entreprise dans une pratique illicite;**
- **Ne pas accepter des pots de vin dans les transactions commerciales (corruption);**
- **Respecter les règles d'une concurrence loyale;**
- **Respecter la protection de l'environnement;**
- **Respecter les droits des personnes;**
- **Utiliser les moyens de communication de l'entreprise selon les règles définies (aucune utilisation à des fins répréhensibles);**
- **Dans les mesures du possible, contribuer aux organisations caritatives;**
- **Etc.**

L'éthique peut poser problèmes et montrer ses limites

- Comment déterminer où commencent et où finissent les pouvoirs des acteurs ?

Exemple : - Aller chercher le courrier
- Faire un achat privé pour le supérieur

- Comment définir les devoirs et droits de chacune des parties prenantes ?

- Où commence l'abus ? Et quelle limite pour le tolérable ?

Exemple : - 2 heures supplémentaires par semaine
- 15 heures supplémentaires par semaine

Définitions et Historique

La **responsabilité sociétale** (ou sociale) **des entreprises** (RSE) est un « concept dans lequel les entreprises intègrent les préoccupations sociales, environnementales, et économiques dans leurs activités et dans leurs interactions avec leurs partenaires sur une base volontaire ».



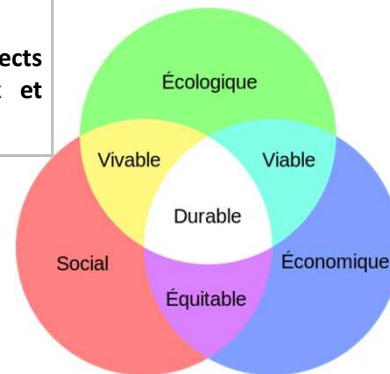
En d'autres termes, c'est la contribution des entreprises aux enjeux du développement durable.

Le terme de responsabilité "sociétale", a été jugé, dès 2010, plus large et plus pertinent que "responsabilité sociale".

Définitions et Historique

Le **développement durable** répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins.

La notion vise à prendre en compte les aspects environnementaux (écologiques), sociaux et économiques de la société à long terme.



CI 3 – S 3+1 et S 2+1 – Volée 2018 – 2019 – novembre 2018

Définitions et Historique

Explications du Développement durable

Vidéo sur la RSE – M. Vasseur

CI 3 – S 3+1 et S 2+1 – Volée 2018 – 2019 – novembre 2018

Les 7 raisons de l'application de la RSE

1. Innovation
2. Compétitivité
3. Motivation
4. Attractivité
5. Réputation
6. Légitimité
7. Anticipation

Les 7 raisons de l'application de la RSE

1. Innovation → Trouver des solutions innovantes (produits ou processus de production) qui respectent la RSE.
2. Compétitivité → En appliquant la RSE, possibilité de réduire les coûts (énergie), ce qui augmente la compétitivité sur le marché.
3. Motivation → Une bonne application et intégration de la RSE dans l'entreprise augmente la motivation des collaborateurs.

Les 7 raisons de l'application de la RSE

- 4. Attractivité → L'application de la RSE est un avantage concurrentiel sur le marché de l'emploi par exemple (intérêt pour de nouveaux collaborateurs) ou argument de vente du produit (Marketing).
- 5. Réputation → Image de marque de l'entreprise.

Les 7 raisons de l'application de la RSE

- 6. Légitimité → Crédibilité envers les partenaires
- 7. Anticipation → Permet de s'adapter avant ses concurrents aux nouvelles normes et réglementations que les entreprises doivent respecter.



CI 3 – S 3+1 et S 2+1 – Volée 2018 – 2019 – novembre 2018

Commerce équitable

**Exemple d'application de la RSE au travers du commerce équitable
→ Création du label Max Haavelar**

Vidéo Max Havelaar

CI 3 – S 3+1 et S 2+1 – Volée 2018 – 2019 – novembre 2018

Commerce équitable

Définition : Le terme "commerce équitable" apparaît en 1989. C'est un **système d'échange** dont l'objectif est de parvenir à **une plus grande équité** dans le commerce mondial.

Sa démarche consiste à utiliser le commerce comme un levier de développement et de réduction des inégalités, en veillant à la juste rétribution des producteurs.

À cette perspective économique s'ajoutent des préoccupations éthiques, sociales et environnementales, ne nécessitant pas l'intermédiaire des Etats et la modification des législations nationales.

Commerce équitable – application

Exemple d'une entreprise sensible au commerce équitable

Vidéo Starbuck et Commerce éthique



Label

Définition : Un label est une marque collective qui se matérialise par des signes distinctifs (nom, logo,..) et qui peut être utilisée par les différentes marques se conformant **au cahier des charges du label**. Il vise à assurer et faciliter la reconnaissance de certaines caractéristiques du produit.

Le label peut être "privé" et géré de manière autonome par des associations de producteurs ou dépendre d'un organisme public.

Un label, notamment lorsqu'il est privé (association de producteurs) n'est pas réellement une garantie de qualité, mais seulement la garantie que le produit possède certaines caractéristiques relatives à sa production (label biologique, éthique) ou à sa composition.

Label



Label Fairtrade - Max Havelaar

- Le label Fairtrade est le label de commerce équitable le plus connu dans le monde.
- Il est présent dans près de 70 pays.
- Il garantit que le produit satisfait aux standards sociaux, économiques et écologiques établis par Fairtrade International.
- Le respect de ces standards fait l'objet de contrôles.
- Ce label s'applique uniquement à des produits, il ne peut pas être décerné à une entreprise.

Label



Label Fairtrade - Max Havelaar

Ce label symbolise :

- Des prix minimaux équitables pour les paysans ;
- Une prime Fairtrade pour le développement social, économique et écologique ;
- Une organisation démocratique et un pouvoir de décision conféré aux cultivateurs et aux ouvriers ;
- La qualité et la sécurité des conditions de travail ;
- Une culture respectueuse de l'environnement ;
- Une certification et un contrôle indépendant.

CI 3 – S 3+1 et S 2+1 – Volée 2018 – 2019 – novembre 2018

Autres labels



MINERGIE®



CI 3 – S 3+1 et S 2+1 – Volée 2018 – 2019 – novembre 2018

Label



Label Bio Suisse

- Le label Bio Suisse est le garant d'une politique agricole moderne, d'une étroite collaboration entre économie de marché et écologie.
- Aujourd'hui, plus de 10% des exploitations agricoles suisses et environ 800 entreprises de transformation travaillent selon les strictes directives de Bio Suisse.
- Les exigences de Bio Suisse dépassent de loin celles posées par la Confédération aux produits bio.

CI 3 – S 3+1 et S 2+1 – Volée 2018 – 2019 – novembre 2018

Label



Label Bio Suisse

Ce label symbolise :

- Une production biologique sur l'ensemble de l'exploitation (cycle fermé) et diversité naturelle sur la ferme ;
- Elevage et affouragement particulièrement adaptés à l'espèce ;
- Refus de la technique génétique ;
- Refus des pesticides et engrais chimiques de synthèse ;
- Renoncement aux additifs inutiles tels qu'arômes ou colorants ;
- Transformation douce des aliments ;
- Contrôles réguliers indépendants de la culture et de la transformation.

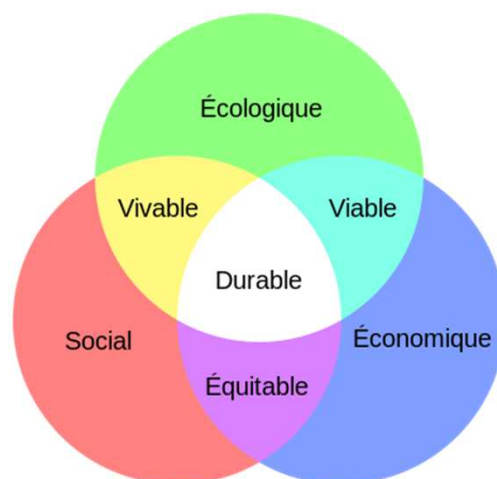
CI 3 – S 3+1 et S 2+1 – Volée 2018 – 2019 – novembre 2018

Conclusion

L'éthique professionnelle repose sur une constante vigilance active dans les 5 domaines principaux suivants:

1. Respect de la personne humaine (dignité, sécurité et diversité);
2. Sauvegarde de l'environnement, des ressources et du milieu naturel;
3. Prise en compte des valeurs culturelles et intellectuelles;
4. Questions autour de l'argent;
5. Qualité de l'information et de la communication.

Conclusion



Cours interentreprises 5

1.1.8.3

Utiliser les connaissances de l'entreprise

J'explique à un profane les caractéristiques suivantes de mon entreprise :

- Groupes d'intérêts et leurs besoins
- **Charte d'entreprise / philosophie** / stratégie
- Contexte historique
- Forme juridique / rapports de propriété
- Structure organisationnelle
- Position sur le marché
- Principaux points fort de l'entreprise
- Standards en matière de gestion de la qualité
- **Contribution à la Corporate Social Responsibility (contribution au développement écologique et social durable)**