



Funded by
the European Union



BEYOND CAPITAL

LA PROCHAINE GÉNÉRATION D'ENTREPRISES SOCIALES

KA220-VET-ECFF84E6

Module 4 :
Entrepreneuriat social et éthique des affaires : approches et bonnes pratiques

Version:	Auteur:	Date:
V.1	Institut MSE & SYNTHÈSE	01/11/2021

Module 4 – Entrepreneuriat social et éthique des affaires : approches et bonnes pratiques

Introduction

Ce module explore le concept d'entrepreneuriat social et d'éthique des affaires, en fournissant un bref aperçu des concepts et en discutant des principes et des thèmes sous-jacents à l'éthique des affaires et de la façon dont ils sont au cœur de l'entrepreneuriat social. Les entreprises et les organisations modernes semblent de plus en plus préoccupées par l'empreinte « morale » ou « éthique » de leur marque, car cela peut affecter considérablement la reconnaissance de la marque, la fidélité à la marque, l'image de marque, ainsi que les ventes et les flux de revenus.

De la même manière, l'entrepreneuriat social est fondé sur le concept de bénéficiaire aux communautés et à la société en général grâce à des modèles et des pratiques commerciales viables. Bien que de nombreuses recherches et idées politiques aient été fournies sur la façon d'aider les entrepreneurs sociaux avec leurs compétences managériales, techniques, numériques et financières; il est important de souligner et d'explorer également les connotations de leurs actions et l'importance de maintenir les mêmes principes à la fois en interne dans l'organisation, que nous le ferons à l'extérieur vers les publics, les clients, les intervenants et le grand public.

En outre, les entreprises et les organisations qui ne se définissent pas elles-mêmes comme des « entreprises sociales » peuvent également être intéressées et désireuses d'explorer un modèle d'entreprise plus durable et éthique, accompagné de pratiques et de politiques commerciales similaires. Dans ces cas, la responsabilité sociale des entreprises offre une gamme d'outils et d'options qui peuvent motiver les entreprises et les organisations à s'engager davantage envers les communautés locales et européennes, ainsi qu'à accroître la visibilité, la durabilité et la croissance à long terme.

Objectifs d'apprentissage

À la fin de ce module, vous aurez :

1. Une bonne base de connaissances et de compréhension de ce qu'est l'entrepreneuriat social, comment il peut être défini et quels sont les cadres nationaux pour l'entrepreneuriat social dans les pays partenaires. En outre, des cas d'entreprises sociales / entreprises sociales réussies seront présentés.
2. Une idée claire de ce à quoi le terme éthique des affaires se réfère, les principes inclus sous le terme et leur signification, et une brève présentation des théories de l'éthique des affaires.
3. La capacité de contextualiser l'éthique des affaires dans le cadre d'une entreprise sociale.

4. Une meilleure compréhension des avantages que l'éthique des affaires peut apporter aux entreprises sociales.
5. Une compréhension de ce qu'est la responsabilité sociale des entreprises, comment elle est utilisée, comment elle peut être utilisée au profit de tous les types d'entreprises et d'organisations; ainsi que des entreprises sociales / entreprises sociales.
6. Une motivation plus forte pour explorer davantage les corrélations et les synergies entre l'éthique des affaires et l'entrepreneuriat social.
7. La capacité d'appliquer le concept d'éthique des affaires et les principes pertinents dans vos efforts d'entrepreneuriat social existants, dans la phase d'idéation, de planification, de mise en œuvre ou de révision de la durée de vie de votre entreprise sociale / entreprise sociale existante ou en devenir.

RÉSULTATS D'APPRENTISSAGE

Connaissance

Avoir la connaissance et la compréhension de ce qu'est l'entrepreneuriat social, comment il peut être défini et quels sont les cadres nationaux pour l'entrepreneuriat social dans les pays partenaires. En outre, des cas d'entreprises sociales / entreprises sociales réussies seront présentés.

Avoir la connaissance de ce à quoi le terme éthique des affaires se réfère, les principes inclus sous le terme et leur signification, une brève présentation des théories de l'éthique des affaires.

Avoir la connaissance de ce qu'est la responsabilité sociale des entreprises, comment elle est utilisée, comment elle peut être utilisée au profit de tous les types d'entreprises et d'organisations; ainsi que les entreprises sociales / entreprises sociales.

Compétences

Avoir les compétences techniques pour contextualiser l'éthique des affaires dans le cadre d'une entreprise sociale.

Avoir la capacité d'appliquer le concept d'éthique des affaires et les principes pertinents dans vos efforts d'entrepreneuriat social existants, dans la phase d'idéation, de planification, de mise en œuvre ou de révision de la durée de vie de votre entreprise sociale / entreprise sociale existante ou en devenir.

Compétences

Une motivation plus forte pour explorer davantage les corrélations et les synergies entre l'éthique des affaires et l'entrepreneuriat social.

Index détaillé

Entrepreneuriat social et éthique des affaires

1. Entrepreneuriat social
 - 1.1 L'entrepreneuriat social en contexte
 - 1.2 Le cas de Chypre
 - 1.3 Exemples d'entreprises sociales prospères dans l'UE

2. Éthique des affaires
 - 2.1 Facteurs influençant l'éthique des affaires
 - 2.2 Principes d'éthique des affaires
 - 2.3 Différents types d'éthique des affaires
 - 2.4 Théories de l'éthique des affaires
 - 2.5 Les avantages de l'éthique des affaires pour les entreprises sociales

3. Responsabilité sociale des entreprises
 - 3.1 Définition de la responsabilité sociale des entreprises
 - 3.2 Le cadre de définition en quatre parties de la RSE
 - 3.3 RSE et entrepreneurs sociaux

Contenu principal

L'entrepreneuriat social est défini comme « le processus de reconnaissance et de recherche ingénieuse des opportunités de création de valeur sociale ». Le concept peut être interprété comme la force motrice du changement social par le biais de pratiques autonomes. D'autre part, l'éthique des **affaires** est « l'étude des politiques et pratiques commerciales appropriées concernant des sujets potentiellement controversés, y compris, mais sans s'y limiter, la gouvernance d'entreprise, le délit d'initié, la corruption, la discrimination, la responsabilité sociale des entreprises et les responsabilités fiduciaires ». L'éthique des affaires est souvent régie par la loi, bien qu'il existe des cas où l'éthique des affaires fournit les lignes directrices pour les entreprises afin que ces dernières puissent obtenir l'approbation du public. L'entrepreneuriat social et l'éthique des affaires ont parfois été liés par leur caractéristique distincte de rechercher l'approbation du public. Dans le climat actuel de pouvoir du public dans la connaissance et une meilleure compréhension des pratiques commerciales générales et de l'impact qu'elles peuvent avoir sur la société, l'éthique des affaires est devenue un outil de survie pour les entreprises et leurs principaux protagonistes, en particulier les entrepreneurs sociaux.

L'éthique des affaires détermine les facteurs sociaux, culturels, juridiques et autres conduisant à des contraintes économiques et protège les intérêts des parties impliquées dans le réseau social des entreprises. Le concept préconise de centrer les valeurs morales et sociales lors de l'examen de la protection des consommateurs, du bien-être, des pratiques commerciales équitables et d'autres services à la société.

1. Entrepreneuriat social

1.1 L'entrepreneuriat social en contexte

Les entreprises sociales (ou entreprise sociale, les termes sont utilisés de manière interchangeable) sont des « opérateurs » activement impliqués dans la création d'un impact social positif dans leurs communautés immédiates et mondiales plutôt que de se concentrer exclusivement sur la réalisation de bénéfices pour leurs dirigeants et leurs actionnaires (Commission européenne). Plus précisément, leur esprit d'entreprise s'intéresse à des priorités communautaires, environnementales et sociales plus larges. La direction dirige l'entreprise de manière transparente et consciencieuse, ce qui voit généralement le personnel, les parties prenantes et les clients bénéficiant des actions commerciales s'impliquer activement dans les activités de l'entreprise.

La Commission européenne définirait une « entreprise sociale » pour les établissements suivants en utilisant les caractéristiques suivantes:

- L'objectif social ou centré sur la société est le but principal de l'entreprise et suit généralement la voie de l'innovation sociale.
- Les profits sont réinvestis dans l'entreprise afin d'atteindre cet objectif social.
- La gestion de l'organisation ou du système de leadership illustre l'essence de l'objectif principal, par exemple, en utilisant des principes démocratiques ou participatifs ou en attirant leur attention sur des questions de justice sociale.

Il n'existe pas de forme juridique exclusive pour les entreprises sociales, bien que la majorité travaille dans les quatre secteurs suivants:

- **Services sociaux:** éducation, perfectionnement professionnel, soins de santé, garde d'enfants, soins aux personnes âgées, aide aux groupes défavorisés
- **Développement des zones défavorisées: amélioration du** voisinage, participation active à des projets de réhabilitation dans les zones rurales et urbaines, aide à l'amélioration, au développement et à la construction de ponts avec les pays tiers
- **Alliance** pour le travail: formation des personnes défavorisées, en particulier celles confrontées au chômage en raison de leur situation
- **Autres:** environnement (protection des habitats naturels, recyclage), préservation et soutien des arts et de la culture, sport, science, recherche et innovation

1.2 Le cas de Chypre

En décembre 2020, la Chambre des représentants de Chypre a adopté la loi sur l'entreprise sociale, établissant pour la première fois un cadre juridique pour les entreprises sociales travaillant à Chypre. Avant l'adoption de cette loi, il n'existait pas de cadre juridique spécifique pour les entreprises sociales opérant à Chypre. Sur la base d'un rapport de cartographie des entreprises sociales, il n'y avait que sept organisations sur l'ensemble de l'île qui pouvaient être définies sous l'étiquette « entreprises

sociales » en 2014. En revanche, une étude récente menée par CyprusInno a fait état d'une augmentation significative du nombre d'entreprises sociales opérant à Chypre, plus de 30.

Andrea Solomonides, responsable des opérations chez Cypriot Enterprise Link, a identifié que l'une des raisons de l'augmentation de l'entrepreneuriat social dans les communautés chypriotes grecques et turques de l'île était la source de visibilité fournie par la définition juridique. Avant l'adoption de la loi, les organisations travaillaient sous l'étiquette de sociétés à responsabilité limitée ou d'organisations caritatives. Cela a entraîné de nombreux problèmes, sans parler des perceptions négatives auxquelles l'organisation se heurtait si elle tentait de prendre un nom d'entreprise sociale. Un autre problème rencontré par ces organisations était la difficulté d'embaucher du personnel car de nombreuses personnes estiment que travailler à temps plein pour des entreprises sociales était financièrement insoutenable à long terme.

Le cadre législatif pour la création d'entreprises sociales à Chypre est décrit comme suit:

- Entreprises à cause sociale
- Un pourcentage important de leurs bénéfices est réinvesti dans leur travail social
- Une certaine fraction de leur personnel est issue de groupes vulnérables (jeunes, femmes, personnes handicapées, etc.)

1.3 Exemples d'entreprises sociales réussies dans l'UE

- MUD Jeans (<https://mudjeans.eu>), basé à Amsterdam. Cette marque recycle les vieux jeans usés en une nouvelle paire de jeans, ce qui réduit considérablement la quantité de déchets et, selon leur site Web, consomme moins de 92% d'eau qu'une nouvelle paire de jeans coûterait à fabriquer par une entreprise moyenne. L'entreprise n'utilise également que des matériaux naturels tels que le coton biologique et recyclé, et n'autorise pas les pesticides sur ses cultures pour la santé des consommateurs et l'environnement dans lequel les jeans sont fabriqués.
- Carbon Equity (<https://carboneyquity.com>). L'entreprise met en relation des investisseurs pour placer leur argent « pour construire les entreprises les plus influentes du monde en regroupant des capitaux dans des fonds climatiques de première classe ». En particulier, « en déplaçant ce capital à grande échelle, [l'entreprise alimente] la transition climatique et [dirige] l'argent vers un endroit où il est le plus nécessaire. [Leur] financement met à l'échelle les solutions et crée un cercle vertueux où l'impact positif et les rendements renforcent l'autre.
- Toast Ale (<https://www.toastale.com>), basé à Londres. L'entreprise fabrique de la bière brassée à partir de restes de pain qui, dans d'autres cas, auraient été jetés. L'objectif de l'entreprise est de réduire le gaspillage alimentaire dans la ville grâce à leur partenariat avec des entreprises locales telles que des boulangeries et des ménages individuels. De plus, la Toast Ale fait don d'une partie de chaque vente à un organisme de bienfaisance dédié à la réduction du gaspillage alimentaire appelé Feedback.

- Beam (<https://beam.org>), basé au Royaume-Uni. Beam est fondée sur une plateforme de financement participatif visant à réduire le sans-abrisme en offrant de nouvelles opportunités de carrière aux sans-abri. L'entreprise intègre la technologie et les citoyens du monde dans ses initiatives visant à continuer à financer la formation et l'éducation qualifiées des sans-abri.

2. Éthique des affaires

2.1 Facteurs influençant l'éthique des affaires

La mesure dans laquelle une entreprise choisit d'employer des pratiques d'éthique des affaires est à la discrétion de la direction et du propriétaire de l'entreprise, et des valeurs qu'ils souhaitent projeter à travers leur entreprise. Si une pratique est légale, aussi contraire à l'éthique soit-elle, une entreprise ou le propriétaire de l'entreprise ne peut être tenu responsable par un organisme juridique. Néanmoins, le parti des entreprises peut faire face à des conséquences, de la part d'autres parties prenantes telles que le grand public, les groupes environnementaux et les activistes.

Par conséquent, il est crucial que l'éthique du gestionnaire et l'éthique de l'entreprise s'alignent. L'épuisement constant de ses employés peut être le symptôme d'un manque d'éthique commerciale forte ou d'un désalignement de l'éthique entre l'éthique de l'employé et celle des gestionnaires. La tourmente émotionnelle à laquelle sont confrontés les employés travaillant pour une organisation qu'ils connaissent de première main cause du tort à certains aspects de la communauté ou de l'environnement local ou international est épuisante pour les employés et les gestionnaires. Les entreprises comme celles-ci ont un taux de rotation élevé du personnel ou ont même du mal à rester ouvertes à long terme. Tout le monde ne peut pas être satisfait à 100%, mais un terrain d'entente peut être géré pour la plupart des entreprises afin que l'entreprise fonctionne bien.

2.2 Principes d'éthique des affaires

Les principes éthiques de Business comprennent :

1) Responsabilité

La responsabilité des pratiques commerciales éthiques peut être perçue comme une voie à double sens, où l'employé peut être tenu responsable de ne pas parler des pratiques contraires à l'éthique d'une organisation. L'organisation serait également responsable de permettre à des pratiques contraires à l'éthique de se produire dans le dos de ses employés.

2) Soins et respect

Un environnement de travail sûr et harmonieux pour les employés devrait être mis en œuvre par les gestionnaires afin que le professionnalisme puisse être maintenu sur leur lieu de travail. Un environnement sécuritaire assure le confort des employés et s'appuie sur les notions d'être dans sa zone de confort et de travailler dans des conditions optimales.

3) Honnêteté

Une communication transparente entre les employés et les dirigeants/propriétaires d'entreprises est essentielle pour garantir que la confiance des employés est gagnée et maintenue tout au long du cycle de vie de l'organisation. Lorsque les employés sentent qu'il existe des canaux de communication solides et qu'ils sont conscients de ce qui se passe avec l'organisation avec laquelle ils coopèrent, dans des limites raisonnables, cela crée un sentiment de confiance de l'employeur envers l'employé et les employés seront plus investis dans leur travail.

4) Évitez les conflits

Un environnement de travail avec un minimum de conflits assure une expérience positive pour les employés qui se reflète ensuite dans leur travail. Les sentiments de joie et de contentement à travers la création de souvenirs positifs au travail et de relations positives entre collègues, ont plus de chances pour les personnes travaillant à un niveau plus élevé.

5) Conformité

Les règles et réglementations doivent être suivies par les organisations, en particulier lorsqu'elles s'orientent vers une approche du travail plus éthique des affaires. Les organisations qui sont censées se conformer aux réglementations des communautés/sociétés dans lesquelles elles opèrent sont plus respectées aux yeux du public.

6) Fidélisation

On s'attend à ce que les employés fassent preuve de loyauté envers leur organisation et tous les problèmes à traiter en interne. Cela garantit que les deux employés sont heureux et que l'image de l'organisation est maintenue au plus haut niveau. Une organisation avec un taux de roulement élevé projette un sentiment de « trouble ». En général, les gens préfèrent la familiarité, de sorte que les employés quittant leur emploi rapidement, on peut s'interroger sur les raisons possibles de leur décision.

7) Informations pertinentes

Les organisations sont tenues de partager des rapports concernant leurs pratiques commerciales ainsi que leurs états financiers. Les informations partagées doivent être véridiques et ne pas être altérées de quelque manière que ce soit, en particulier au profit de l'organisation. Les organisations ne doivent en aucun cas modifier leurs rapports, que ce soit pour cacher leurs bénéfices et éviter l'impôt ou pour demander l'aide du gouvernement en période de récession économique.

8) Respect de la loi

La prise de décision ne devrait pas être influencée par les croyances personnelles ou les préjugés des gestionnaires ou des propriétaires. Il existe des lois qui exigent le traitement correct et équitable des personnes sur leur lieu de travail. Cela garantit que les organisations ne seront pas poursuivies pour des actes répréhensibles et que leurs employés seront heureux.

9) Respect des engagements

Les accords devraient être mis en œuvre selon des concessions mutuelles et non au profit d'une seule partie. C'est, essentiellement, très contraire à l'éthique. Une entreprise doit veiller à son avantage, mais il y a le danger de tomber dans le piège de

« vous avez peut-être gagné la bataille mais pas la guerre ». Cela ne veut pas dire que les entreprises ne devraient pas en tirer profit, mais elles devraient faire attention à ne pas brûler les ponts lorsqu'elles le font.

2.3 Différents types d'éthique des affaires

Le monde des affaires est en constante évolution, tout comme le concept d'éthique des affaires. La plupart des organisations abordent plus d'un ensemble d'éthique des affaires, bien que l'accent soit parfois mis davantage sur les différentes sous-sections du concept générique, selon le domaine de l'organisation. Ces sous-sections comprennent :

1) Responsabilité d'entreprise

L'organisation travaille dans le but de sauvegarder les intérêts de ses employés, de ses clients et de ses propriétaires. Leur seul objectif n'est pas de créer un profit pour eux-mêmes. En faisant un zoom arrière pour apprécier la situation dans son ensemble, l'organisation s'ouvre à de futures opportunités. Cela permet également à l'organisation d'être viable à l'avenir ainsi que de créer et de s'adapter aux nouvelles tendances et pratiques commerciales.

2) Responsabilité sociale

La protection de l'environnement, les questions sociales et les questions qui pourraient ne pas être directement liées à l'organisation sont abordées. Faire mieux pour les autres. Faire mieux pour les autres, en fin de compte, cela profite également à l'organisation. En redonnant aux communautés, en préservant l'environnement et en investissant dans la communauté, il crée un sentiment de faire du bien aux autres. Au 21^{ème} siècle, le grand public a le pouvoir de déterminer ce qui est viable sur le marché grâce au pouvoir de son argent. De plus en plus d'individus choisissent de voter avec leur argent et de faire mieux pour les autres, ils choisissent donc de soutenir des organisations qui ne se concentrent pas uniquement sur la création de profit!

3) Responsabilité personnelle

On s'attend à ce que les individus agissent de manière éthique et responsable. Cela concerne le fait de voter avec votre argent et la nécessité pour les organisations de ne pas seulement chercher à faire un profit rapide, mais plutôt en aidant les autres à rester viables à l'avenir.

4) Éthique technologique

Avec les changements dans la façon dont les entreprises utilisent la technologie et Internet pour leurs pratiques, il existe un fort besoin de protection des données des individus. C'est un domaine où les individus sont les plus vulnérables, mais ils n'en sont pas conscients.

5) Équité

Les croyances personnelles ne devraient pas faire partie de la prise de décision, elles devraient plutôt être basées sur des données scientifiques.

6) Fiabilité et transparence

La responsabilisation et l'éthique des rapports devraient être utilisés lors de l'examen de questions importantes telles que les rapports financiers et les questions juridiques.

2.4 Théories de l'éthique des affaires

Les trois principales théories de l'éthique des affaires sont la théorie déontologique, l'utilitarisme et la théorie des normes.

Théorie déontologique

La théorie déontologique est fondée sur la prémisse que le comportement éthique est basé sur un ensemble préétabli de règles ou de principes dans différents contextes. Bien que le résultat réel du respect de ces règles morales préétablies puisse varier, selon cette théorie, le résultat ne devrait pas déterminer si l'action est éthique ou non. Selon cette pensée, si vous faites une promesse, par exemple une promesse de rendre l'argent que vous avez emprunté, mais que vous n'avez pas l'intention de le rembourser, alors votre acte est éthiquement répréhensible.

Utilitarisme

La théorie utilitariste continue de différencier le bien du mal en accordant plus de poids aux résultats. Cette théorie met davantage l'accent sur les entreprises qui prennent en compte les actions qui peuvent bénéficier au plus grand nombre de personnes. Un exemple est la pratique consistant à hiérarchiser le prix d'un produit ou d'un service à différents groupes de clients. Cela peut être vu dans le secteur aérien, où il existe un système de tarification différent pour les sièges de première classe, de classe affaires et de classe économique dans les avions.

Théorie des normes

La théorie de la norme suggère qu'il existe certaines normes de comportement moral qui devraient être respectées par l'ensemble du groupe. La conduite admissible est généralement décrite pour un éventail de situations possibles. Par exemple, un code de conduite d'entreprise ou un manuel de l'employé qui fournit le cadre sur la façon dont les employés d'une organisation sont censés se comporter et se conduire dans différentes situations. Une violation des lignes directrices entraînerait généralement des mesures disciplinaires.

2.5 Les avantages de l'éthique des affaires pour les entreprises sociales



Figure 1 Diagramme d'éthique des affaires

(<https://www.thehumancapitalhub.com/articles/The-Advantages-Of-Ethical-Behaviour-In-Business>)

La valeur de l'éthique des affaires va au-delà de la loyauté des employés et de la puissance que présente l'équipe de direction. Maintenir une réputation respectable et immaculée dans la communauté locale ainsi qu'à l'échelle internationale est de la plus haute importance, tant pour le succès à court et à long terme. Si une entreprise est perçue comme fonctionnant de manière contraire à l'éthique, les investisseurs sont moins susceptibles d'acheter dans l'entreprise, et l'entreprise ne sera pas soutenue par une clientèle fidèle.

Prescrire un ensemble d'éthique des affaires méticuleuse pour le fonctionnement d'une entreprise présente l'avantage de:

- **Attirer plus d'investisseurs dans les activités de l'entreprise.** Un investisseur se sentira en sécurité en déposant son argent dans une entreprise qui détient une haute moralité et une éthique des règles. Ils sont susceptibles de se sentir encore plus satisfaits de savoir que leur soutien financier ne préconise pas ou ne contribue pas à des pratiques contraires à l'éthique. Présenter une image d'éthique des affaires forte peut également être une caractéristique attrayante pour les nouveaux investisseurs.
- **Faites passer la réputation de l'entreprise au niveau supérieur.** Une entreprise qui est connue pour se conduire de manière éthique peut construire sa réputation positivement dans le secteur de l'acteur. Une réputation avantageuse est plus susceptible d'augmenter le nombre de nouveaux clients grâce aux recommandations de bouche-à-oreille. D'autre part, une réputation de commerce d'actes contraires à l'éthique peut nuire à l'image et aux activités futures de l'entreprise. Cela est particulièrement vrai dans le climat actuel des médias sociaux, où l'information peut se propager comme un feu rapide sur les réseaux locaux et mondiaux.
- **Fidéliser la clientèle.** Le maintien d'une clientèle fidèle est un ingrédient clé du succès commercial à long terme. Les clients réguliers n'ont pas besoin de coûts de marketing de grande envergure, contrairement à l'acquisition de nouveaux clients.
- **Avantage concurrentiel (clientèle).** La conduite éthique d'une entreprise peut être la source d'attraction de ses produits et services pour les clients. Selon le nouveau rapport Future of Marketing Research d'Adobe de 2021, 7 clients sur 10 sont plus susceptibles d'acheter et de rester fidèles à des marques auxquelles ils peuvent faire confiance.
- **Prévenir les problèmes juridiques.** S'il n'y a pas une forte culture d'éthique des affaires qui est adhérente par la direction et le corps du personnel de l'entreprise, les gestionnaires ou les dirigeants sont plus susceptibles de tenter de lésiner afin d'augmenter le nombre de bénéficiaires. Ils peuvent ignorer la santé et le bien-être des travailleurs, utiliser des matières de qualité inférieure et dangereuses ou satisfaire aux exigences environnementales. Les sanctions en cas de non-respect de la législation ou des droits du travailleur peuvent être austères, par exemple des frais juridiques, des amendes ou des sanctions imposées par des organismes gouvernementaux. En outre, la publicité négative

qui s'ensuit peut nuire à la réputation de l'entreprise qui, en fin de compte, puisera dans vos poches plus que des amendes légales.

- **Fidélisez la meilleure équipe du personnel.** Le personnel professionnel qui possède les compétences et l'éducation nécessaires pour le poste pour lequel il a été embauché s'attend à être payé en conséquence. Ils anticipent également l'avancement des carrières dans l'organisation en fonction de leur travail et de leur contribution à l'avancement et au succès de l'organisation. Le maintien d'une éthique commerciale exceptionnelle évitera la nécessité de remplacer constamment les réorganisations du personnel de l'entreprise.

3. Responsabilité sociale des entreprises

3.1 Définition de la responsabilité sociale des entreprises

La responsabilité sociale des entreprises peut être définie comme un « type d'autorégulation des entreprises dans le but de la responsabilité sociale et d'avoir un impact positif sur la société » (Business News Daily). La définition de l'ONUDI est plus détaillée, puisqu'elle dispose que « la responsabilité sociale des entreprises est un concept de gestion par lequel les entreprises intègrent les préoccupations sociales et environnementales dans leurs opérations commerciales et leurs interactions avec leurs parties prenantes. La RSE est généralement comprise comme le moyen par lequel une entreprise atteint un équilibre entre les impératifs économiques, environnementaux et sociaux, tout en répondant aux attentes des actionnaires et des parties prenantes.

Il n'existe pas de formule unique permettant d'intégrer la structure de la RSE. Cependant, ils doivent s'intégrer dans leurs opérations et leur culture pour le bien de leur réputation et de leur nom de marque. Une entreprise peut intégrer une approche RSE à son travail en :

- adopter une approche respectueuse de l'environnement et respectueuse de l'environnement de la structure et de la production de l'entreprise
- Promouvoir l'égalité, la diversité et une manière inclusive dans l'environnement de travail
- Respect des employés
- s'assurer que les décisions adoptées respectent l'éthique;
- Redonner à la communauté

Les avantages potentiels de l'adoption d'une approche de RSE dans les activités de l'entreprise comprennent :

- améliorer l'image positive et la réputation de l'entreprise
- Croissance des ventes et fidélisation de la clientèle
- Amélioration de la reconnaissance de la marque
- Accès au capital
- Économies sur les coûts d'exploitation globaux
- peut attirer des talents de qualité et fidéliser les employés

- Développement de l'organisation
- Amélioration de la performance financière

Le processus pour devenir une entreprise socialement responsable peut sembler simple, mais il y a quelques obstacles qui peuvent survenir. Les erreurs qui apparaissent le plus souvent sont :

- **Adopter la RSE comme stratégie marketing.** La promotion de votre entreprise à la lumière de son approche RSE peut se retourner contre vous si l'entreprise ne donne pas suite. Plutôt qu'un événement ponctuel, l'adaptation des pratiques de RSE sur une période donnée peut être plus bénéfique pour les autres employés et les consommateurs et, en particulier, pour la responsabilité sociale à long terme.
- **S'engager sur la voie d'initiatives sans rapport.** S'abstenir de prendre part à des efforts qui ne sont pas directement associés ou liés à l'objectif principal de l'entreprise ou même de reprendre les directives éthiques de l'organisation peut contribuer grandement à la construction d'une marque. Cela montre également plus de réflexion dans la pratique plutôt que de jeter aveuglément de l'argent selon le principe du premier arrivé, premier servi.
- **Suivre la tendance de l'industrie.** Pour fixer la barre dans le secteur de l'entreprise, les organisations doivent faire un pas en avant et ne pas se contenter d'activités durables qui ne sont que des exigences légales.

3.2 Le cadre de définition en quatre parties de la RSE

La définition en quatre parties de la RSE de Carroll était à l'origine énoncée comme suit: « La responsabilité sociale des entreprises englobe les attentes économiques, juridiques, éthiques et discrétionnaires (philanthropiques) que la société a des organisations à un moment donné » (Carroll [1979](#), [1991](#)). Cet ensemble de quatre responsabilités crée une fondation ou une infrastructure qui aide à délimiter en détail et à encadrer ou caractériser la nature des responsabilités des entreprises envers la société dont elles font partie. Dans la première étude de recherche utilisant les quatre catégories, il a été constaté que la validité du contenu du concept et l'instrument d'évaluation étaient valides (Aupperle et al. [1985](#)). L'étude a révélé que les experts étaient capables de distinguer les quatre composantes. En outre, l'analyse factorielle effectuée a conclu qu'il existe quatre composantes empiriquement interdépendantes, mais conceptuellement indépendantes de la responsabilité sociale des entreprises. Cette étude a également révélé que les valeurs ou poids relatifs de chacune des composantes, tels que implicitement décrits par Carroll, se rapprochaient du degré relatif d'importance que les 241 cadres interrogés accordaient aux quatre composantes – économique = 3,5; juridique = 2,54; éthique = 2,22; et discrétionnaire/philanthropique = 1,30. Des recherches ultérieures ont soutenu que l'instrument d'Aupperle mesurant la RSE à l'aide des quatre catégories de Carroll (Aupperle, 1984) était valide et utile (Edmondson et Carroll, [1999](#); Pinkston et Carroll, [1996](#) et autres). En bref, le caractère distinctif et l'utilité de la recherche des quatre catégories ont été établis par un certain

nombre de projets de recherche empirique. Un bref examen de chacune des quatre catégories de RSE suit.

Responsabilités économiques

En tant que condition ou exigence fondamentale de l'existence, les entreprises ont une responsabilité économique envers la société qui leur permet d'être créées et soutenues. Au début, il peut sembler inhabituel de considérer une attente économique comme une responsabilité sociale, mais c'est ce que c'est parce que la société attend, voire exige, que les organisations commerciales soient capables de subvenir à leurs besoins et que la seule façon d'y parvenir est d'être rentables et d'inciter les propriétaires ou les actionnaires à investir et à disposer de ressources suffisantes pour continuer à fonctionner. À l'origine, la société considère les organisations commerciales comme des institutions qui produisent et vendent les biens et services dont elle a besoin et qu'elle désire. En tant qu'incitation, la société permet aux entreprises de prendre des bénéfices. Les entreprises créent des profits lorsqu'elles ajoutent de la valeur et, ce faisant, elles profitent à toutes les parties prenantes de l'entreprise.

Les bénéfices sont nécessaires à la fois pour récompenser les investisseurs/propriétaires et pour la croissance de l'entreprise lorsque les bénéfices sont réinvestis dans l'entreprise. Les PDG, les gestionnaires et les entrepreneurs attestent de l'importance fondamentale de la rentabilité et du retour sur investissement en tant que facteurs de motivation pour la réussite de l'entreprise. Pratiquement tous les systèmes économiques du monde reconnaissent l'importance vitale pour les sociétés des bénéfices réalisés par les entreprises. En réfléchissant à leurs responsabilités économiques, les entreprises utilisent de nombreux concepts commerciaux orientés vers l'efficacité financière - attention portée aux revenus, à la rentabilité, aux investissements, au marketing, aux stratégies, aux opérations et à une foule de concepts professionnels axés sur l'augmentation du succès financier à long terme de l'organisation. Dans l'environnement commercial mondial hyper compétitif d'aujourd'hui, la performance économique et la durabilité sont devenues des sujets urgents. Les entreprises qui ne réussissent pas dans leur sphère économique ou financière font faillite et toutes les autres responsabilités qui peuvent leur incomber deviennent des considérations sans objet. Par conséquent, la responsabilité économique est une exigence de base qui doit être respectée dans un monde des affaires compétitif.

Responsabilités légales

La société a non seulement sanctionné les entreprises en tant qu'entités économiques, mais elle a également établi les règles de base minimales en vertu desquelles les entreprises sont censées fonctionner et fonctionner. Ces règles de base comprennent des lois et des règlements et reflètent en fait le point de vue de la société sur « l'éthique codifiée » en ce sens qu'elles articulent les notions fondamentales de pratiques commerciales équitables telles qu'établies par les législateurs aux niveaux fédéral,

étatique et local. Les entreprises sont tenues de se conformer à ces lois et règlements comme condition d'exploitation. Ce n'est pas un hasard si les responsables de la conformité occupent maintenant une position importante et de haut niveau dans les organigrammes de l'entreprise. Tout en s'acquittant de ces responsabilités légales, les attentes importantes des entreprises comprennent :

- S'acquitter de ses fonctions conformément aux attentes du gouvernement et de la loi
- Se conformer à diverses réglementations fédérales, étatiques et locales
- Se comporter en tant qu'entreprises citoyennes respectueuses des lois
- Remplir toutes leurs obligations légales envers les acteurs de la société
- Fournir des biens et des services qui répondent au moins aux exigences légales minimales

Responsabilités éthiques

Les attentes normatives de la plupart des sociétés soutiennent que les lois sont essentielles mais pas suffisantes. En plus de ce qui est requis par les lois et les règlements, la société attend des entreprises qu'elles opèrent et mènent leurs affaires de manière éthique. Assumer des responsabilités éthiques implique que les organisations adoptent les activités, normes, standards et pratiques qui, même s'ils ne sont pas codifiés dans la loi, sont néanmoins attendus. Une partie de l'attente éthique est que les entreprises seront sensibles à « l'esprit » de la loi, pas seulement à la lettre de la loi. Un autre aspect de l'attente éthique est que les entreprises mèneront leurs affaires de manière équitable et objective, même dans les cas où les lois ne fournissent pas de directives ou ne dictent pas de plans d'action. Ainsi, les responsabilités éthiques englobent les activités, les normes, les politiques et les pratiques qui sont attendues ou interdites par la société, même si elles ne sont pas codifiées dans la loi. L'objectif de ces attentes est que les entreprises soient responsables et sensibles à l'ensemble des normes, standards, valeurs, principes et attentes qui reflètent et honorent ce que les consommateurs, les employés, les propriétaires et la communauté considèrent comme compatible en ce qui concerne la protection des droits moraux des parties prenantes. La distinction entre les attentes légales et éthiques peut souvent être délicate. Les attentes juridiques sont certainement fondées sur des prémisses éthiques. Mais les attentes éthiques les poussent plus loin. Essentiellement, les deux contiennent donc une forte dimension ou un caractère éthique et la différence dépend du mandat que la société a donné aux entreprises par le biais de la codification juridique.

Tout en assumant ces responsabilités éthiques, les attentes importantes des entreprises comprennent:

- Agir d'une manière conforme aux attentes des mœurs sociétales et des normes éthiques

- Reconnaître et respecter les normes éthiques et morales nouvelles ou en évolution adoptées par la société
- Empêcher que les normes éthiques ne soient compromises afin d'atteindre des objectifs commerciaux
- Être de bons citoyens corporatifs en faisant ce qui est attendu moralement ou éthiquement
- Reconnaître que l'intégrité des affaires et le comportement éthique vont au-delà du simple respect des lois et des règlements (Carroll [1991](#))

En complément de tout ce qui a été dit sur les responsabilités éthiques, il convient également d'affirmer clairement qu'en plus des attentes de la société en matière de performance éthique, il existe également les grands principes universels de la philosophie morale tels que les droits, la justice et l'utilitarisme qui devraient également informer et guider les décisions et les pratiques de l'entreprise.

Responsabilités philanthropiques

La philanthropie d'entreprise comprend toutes les formes de dons d'entreprise. La philanthropie d'entreprise englobe les activités volontaires ou discrétionnaires des entreprises. La philanthropie ou les dons d'affaires ne sont peut-être pas une responsabilité au sens littéral, mais ils sont normalement attendus par les entreprises aujourd'hui et font partie des attentes quotidiennes du public. Certes, la quantité et la nature de ces activités sont volontaires ou discrétionnaires. Ils sont guidés par le désir des entreprises de participer à des activités sociales qui ne sont pas obligatoires, qui ne sont pas exigées par la loi et qui ne sont généralement pas attendues des entreprises au sens éthique. Cela dit, certaines entreprises donnent en partie pour une motivation éthique. C'est-à-dire qu'ils veulent faire ce qui est bon pour la société. Le public a le sentiment que les entreprises « redonneront », ce qui constitue l'aspect « attente » de la responsabilité. Lorsque l'on examine le contrat social entre les entreprises et la société aujourd'hui, on constate généralement que les citoyens s'attendent à ce que les entreprises soient de bonnes entreprises citoyennes au même titre que les individus. Pour s'acquitter de leurs responsabilités philanthropiques perçues, les entreprises s'engagent dans une variété de formes de dons – dons de ressources monétaires, dons de produits et de services, bénévolat des employés et de la direction, développement communautaire et toute autre contribution discrétionnaire à la communauté ou aux groupes d'intervenants qui composent la communauté.

Bien qu'il y ait parfois une motivation altruiste pour les dons d'affaires, la plupart des entreprises s'engagent dans la philanthropie comme un moyen pratique de démontrer leur bon civisme. Ceci est fait pour améliorer ou augmenter la réputation de l'entreprise et pas nécessairement pour des raisons nobles ou d'abnégation. La principale différence entre les catégories éthique et philanthropique dans le modèle en quatre parties est que les dons d'affaires ne sont pas nécessairement attendus dans un sens moral ou éthique. La société s'attend à de tels cadeaux, mais elle ne qualifie pas les entreprises de

« contraires à l'éthique » en fonction de leurs habitudes de dons ou du fait que les entreprises donnent au niveau souhaité. En conséquence, la responsabilité philanthropique est plus créative ou volontaire de la part des entreprises. Par conséquent, cette catégorie est souvent considérée comme une bonne « citoyenneté d'entreprise ». Cela dit, la philanthropie a toujours été l'un des éléments les plus importants des définitions de la RSE et cela se poursuit aujourd'hui.

En résumé, la définition en quatre parties de la RSE forme un cadre conceptuel qui comprend les attentes économiques, juridiques, éthiques et philanthropiques ou discrétionnaires que la société place sur les entreprises à un moment donné. Et, en termes de compréhension de ce type de responsabilité, on pourrait dire que la responsabilité économique est « exigée » des entreprises par la société; la responsabilité juridique est également « exigée » des entreprises par la société; la responsabilité éthique est « attendue » des entreprises par la société; et la responsabilité philanthropique est « attendue/souhaitée » des entreprises par la société (Carroll [1979](#), [1991](#)). De plus, au fil du temps, ce que chacune de ces quatre catégories signifie exactement peut changer ou évoluer également.

La pyramide de la RSE

La définition en quatre parties de la RSE a été publiée à l'origine en 1979. En 1991, Carroll a extrait la définition en quatre parties et l'a refondue sous la forme d'une pyramide CSR. L'objectif de la pyramide était de mettre en évidence l'aspect définitionnel de la RSE et d'illustrer la nature modulaire du cadre en quatre parties. La pyramide a été choisie comme conception géométrique parce qu'elle est simple, intuitive et construite pour résister à l'épreuve du temps. Par conséquent, la responsabilité économique a été placée à la base de la pyramide parce qu'il s'agit d'une exigence fondamentale dans les affaires. Tout comme les fondations d'un bâtiment doivent être solides pour soutenir l'ensemble de l'édifice, une rentabilité soutenue doit être forte pour soutenir les autres attentes de la société vis-à-vis des entreprises. Le point ici est que l'infrastructure de la RSE repose sur la prémisse d'une entreprise économiquement saine et durable.

Dans le même temps, la société transmet aux entreprises le message qu'elles sont censées obéir à la loi et se conformer aux règlements parce que la loi et les règlements codifient par la société les règles de base sur lesquelles les entreprises doivent fonctionner dans une société civile. Si l'on examine la RSE dans les pays en développement, par exemple, l'existence ou non d'un cadre juridique et réglementaire influe de manière significative sur l'investissement ou non des multinationales dans ces pays, car une telle infrastructure juridique est impérative pour jeter les bases d'une croissance légitime des entreprises.

En outre, on s'attend à ce que les entreprises fonctionnent de manière éthique. Cela signifie que les entreprises ont l'attente et l'obligation de défaire ce qui est juste, juste et équitable et d'éviter ou de minimiser les dommages causés à toutes les parties prenantes avec lesquelles elles interagissent. Enfin, on s'attend à ce que les entreprises soient de bonnes entreprises citoyennes, c'est-à-dire qu'elles redonnent et apportent des ressources financières, physiques et humaines aux communautés dont elles font partie.

Il convient de souligner que les organisations d'entrepreneuriat social ne sont pas obligées d'adopter toute la gamme des initiatives en matière de RSE, car il s'agit généralement de petites organisations, elles sont souvent non orientées vers le profit et elles disposent souvent de ressources limitées. Cependant, les organisations d'entrepreneuriat social PEUVENT adopter des normes de comportement éthique et les fonctions de gestion de ces organisations doivent:

- surveiller les pratiques et le comportement des employés;
- communiquer et renforcer les normes culturelles et éthiques communes
- veiller à ce que la culture organisationnelle dominante autorise le lancement d'alerte en cas de comportement non conforme
- Renforcer constamment l'importance de l'éthique dans l'organisation

Que les entrepreneurs sociaux soient axés sur le profit ou aient d'autres objectifs sociétaux, la direction peut (et devrait) toujours adopter:

- Pratiques et comportements éthiques
- Communications internes et externes pour renforcer les normes éthiques organisationnelles
- Communication claire et transparente en cas de comportement non conforme n'entraînant pas de répercussions
- Renforcement de l'importance de l'éthique dans l'organisation à chaque occasion

Réflexion / Auto-évaluation

- 1) Comment mettriez-vous en œuvre l'éthique des affaires si vous étiez gestionnaire?
- 2) Comment assurez-vous une bonne éthique des affaires de la part de vos employés?
- 3) Quel est le lien entre l'entrepreneuriat social et l'éthique des affaires?

Autres ressources

[HTTps://www.redlands.edu/study/schools-and-centers/business/sbblog/2019/may-2019/3-reasons-why-business-ethics-important/#:~:text=By%20definition%2C%20business%20ethics%20refers,acceptable%20behaviors%20beyond%20government%20control.](https://www.redlands.edu/study/schools-and-centers/business/sbblog/2019/may-2019/3-reasons-why-business-ethics-important/#:~:text=By%20definition%2C%20business%20ethics%20refers,acceptable%20behaviors%20beyond%20government%20control.)

<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/other/business-ethics/>

<https://www.ashoka.org/en-us/focus/social-entrepreneurship>

<https://netimpact.org/blog/Four-Types-Social-Entrepreneurship>

<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/business-ethics>

<https://www.bbvaopenmind.com/en/articles/a-history-of-business-ethics/>

<https://yesfriends.co/collections/women> : 'Yes friends' est l'une des marques de vêtements les plus durables et éthiques au monde, avec un score 'Great' de la part de la marque éthique indépendante 'Good On You'. *Yes friends* mérite d'être mentionné comme étude de cas car il s'agit d'une marque de vêtements vraiment abordable et durable. L'industrie de la mode a connu certaines des pratiques les plus contraires à l'éthique au cours des dernières décennies et, avec la tentative de nombreuses grandes organisations d'éco blanchir les consommateurs, il est essentiel de pouvoir voir à quel point une organisation est vraiment éthique.

Sur le site Web de l'entreprise, il n'y a que deux produits répertoriés – un t-shirt classique et un sweat à capuche, essentiels dans n'importe quelle garde-robe. Pourtant, il existe une pléthore d'informations concernant les pratiques éthiques de l'organisation ainsi que les améliorations qui peuvent encore être mises en œuvre. Des informations peuvent être trouvées pour toutes les étapes de la chaîne d'approvisionnement mondiale qui est utilisée ainsi que les prix et le coût des produits!

Les certifications décernées aux *amis Yes* incluent :

Coton Fairtrade (licence FLO n° : FFLC0862)

Norme mondiale sur les textiles biologiques

Fondation Fair Wear

Initiative de conformité sociale des entreprises (BSCI)

Production mondiale accréditée responsable (WRAP)

Végétalien approuvé PETA

Certaines pratiques éthiques des *amis de Yes* incluent:

Emballage durable : fabriqué à partir de déchets de canne à sucre, neutre en carbone et 100% recyclable

Recycler l'eau dans les usines

Les chutes sont recyclées pour fabriquer d'autres articles en coton

Tous les colorants sont non toxiques et toute boue de teinture restante est envoyée aux cimenteries pour y être traitée.

Ils paient des salaires équitables à tous les individus de la chaîne d'approvisionnement!

Yes friends est un excellent exemple d'une politique éthique qui ne fait pas de greenwashing à ses clients. Être certifié par des organisations indépendantes et rendre compte de leurs pratiques éthiques avec la preuve de ce qu'ils prétendent, garantit la confiance, la crédibilité, la responsabilité sociale des entreprises, l'honnêteté, la responsabilité, le soin et le respect envers les individus.

Conseils au formateur (facultatif)

Références

<https://www.investopedia.com/terms/b/business-ethics.asp>
<https://centers.fuqua.duke.edu/case/about/what-is-social-entrepreneurship/>
<https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/compétitivité-commerce-capacités-et-entreprise-responsabilité/entreprise-responsabilité-sociale-marché-intégration/quoi-csr>
<https://www.businessnewsdaily.com/4679-corporate-social-responsibility.html>
<https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/business-benefits-corporate-social-responsibility>
<https://www.pioneerspost.com/news-views/20210330/cyprus-passes-social-enterprise-law>
https://www.socioeco.org/bdf_fiche-législation-284_en.html
https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/proximity-et-economie-sociale/economie-sociale-ue/social-enterprises_en
<https://www.thehumancapitalhub.com/articles/The-Advantages-de-comportement-éthique-en-affaires>

Ressources externes

Matériel informatique, accès à Internet pour effectuer des recherches, conseillers financiers, accessibilité au marché, comptes bancaires / mécanismes de transaction financière.