

Ethique

L'éthique pénalisant la compétitivité de l'entreprise

- L'éthique défavorable à la réduction des coûts

En matière de gestion sociale (maintien de l'emploi, politique salariale, égalité hommes - femmes, formation etc..).

En matière de protection de l'environnement (protection de la nature, gestion des déchets, etc.).

Dans la relation avec le consommateur (coût de la qualité, charges liées à l'après-vente, etc.).

- L'éthique défavorable aux parts de marché

éthique non partagée = avantage relatif pour les entreprises « non éthiques»

consommateurs non prêts à assumer une partie des coûts en payant plus cher les produits éthiques.

L'éthique au service de la compétitivité de l'entreprise

- L'éthique élément de différenciation positive

en général, valorisation de l'image de l'entreprise

à l'égard des consommateurs : aspect novateur des propositions commerciales, argument de communication moderne

à l'égard des financiers : possibilité d'attirer les capitaux des fonds éthiques

- L'éthique élément de cohésion sociale interne

recul des conflits internes

éthique, valeur de référence d'une culture d'entreprise consensuelle et d'une mobilisation des hommes.