

L'IMPACT DE L'ÉTHIQUE ORGANISATIONNELLE SUR L'IDENTITÉ PROFESSIONNELLE

Siham RAZOUK

Université Sorbonne Paris Nord - IUT de Bobigny

razouk.siham@gmail.com

Résumé : Plusieurs études ont démontré que l'éthique organisationnelle s'éloigne de plus en plus de sa fonction de base et devient une stratégie communicationnelle visant à afficher les « valeurs de l'entreprise » ou encore lisser les conflits, lui garantissant ainsi une bonne réputation. Ce travail se propose d'éclairer en creux les pratiques de l'éthique en interne. En effet, celle-ci prend une grande place dans l'organisation. Etant présentée sous forme de simple document de charte éthique, elle est censée formaliser les valeurs, comportements, attitudes attendues ou rejetées par l'entreprise. Cependant, cette formalisation peut prendre une autre dimension allant jusqu'à impacter l'identité des acteurs. A travers une étude théorique, nous dresserons un état des lieux des différentes recherches et critiques portant sur l'éthique. Ceci nous permettra de comprendre en quoi l'éthique peut influencer sur l'identité professionnelle des acteurs et par quels moyens.

Mots clés : Ethique, organisation, acteurs, déontologie, identité.

THE IMPACT OF ORGANIZATIONAL ETHICS ON PROFESSIONAL IDENTITY

Abstrat : Several studies have demonstrated that organizational ethics is moving further from its basic function. In fact, it is becoming a communication strategy aimed at displaying "company values" or even smoothing out conflicts and thus guaranteeing a good reputation. This work aims to shed light on internal ethics practices. Indeed, it takes up a large place in the organization. Being presented in the form of a simple ethical charter document, it is supposed to formalize the values, behaviors and attitudes expected or rejected by the company. However, this formalization can take on another dimension, going so far as to impact the identity of the actors. Through a theoretical study, we will take stock of the various research and critiques relating to ethics. This will allow us to understand how ethics can influence the professional identity of actors and by what means.

Keywords: Ethics, organization, actors, ethics, identity.

Introduction

Les questions organisationnelles ont fait, durant ces deux dernières décennies, l'objet de plusieurs recherches. Le but étant d'étudier l'organisation sous plusieurs aspects. En effet, l'étude de cette dernière devient de plus en plus complexe, celle-ci étant maintenue par des normes, formes qui nous mènent à parler d'éthique, d'identité ou plus globalement de culture organisationnelle. Les recherches ne portent pas seulement sur le fonctionnement de l'organisation mais aussi sur l'impact que peut avoir cette dernière sur les acteurs ou sur la société d'une manière générale.

Dans cet article nous nous intéresserons aux pratiques de l'éthique organisationnelle tout en tentant de décrire l'impact que celle-ci peut avoir sur les acteurs.

Nous allons nous intéresser ici à deux aspects faisant partie intégrante de l'organisation. Nous nous intéresserons dans un premier temps à l'éthique qui jusqu'à aujourd'hui reste un sujet d'actualité mais aussi au lien que celle-ci peut avoir avec l'identité professionnelle.

Sur le plan de la méthode, nous inscrivons ce travail dans la lignée des études et observations socioanthropologiques autour de l'impact des stratégies de management sur l'organisation et les groupes sociaux qui la composent.

Il s'agit ici d'effectuer un état des lieux des différentes études ayant porté sur l'éthique organisationnelle. Ces études nous permettent d'éclairer en creux l'usage de l'éthique mais aussi ses effets sur les acteurs. En effet, nous posons l'hypothèse selon laquelle il existe une intrication étroite entre « éthique organisationnelle » et « identité professionnelle ».

L'éthique est considérée ici comme un outil de management. A partir de là, nous tentons de mettre en lumière certains paradoxes. Pour cela, nous avons choisi d'abord de définir l'éthique en nous appuyant sur les théories de plusieurs auteurs. Ceci nous permet d'en comprendre les pratiques mais aussi les dérives. En effet, nous considérons que l'éthique ne peut s'inscrire dans les pratiques que si elle fait sens pour les acteurs. Nous tenterons donc dans notre dernière partie de comprendre les nouveaux comportements liés aux pratiques de l'éthique, à savoir l'impact sur l'identité professionnelle des acteurs.

1. Définitions et pratiques de l'éthique

Pour comprendre la pratique de l'éthique, il convient de s'attarder sur les définitions des auteurs à travers l'histoire. En effet, la question de l'éthique est une préoccupation déjà ancienne qui a débuté aux états unis avec l'évolution de l'économie libérale nord-américaine (Langlois, 2011).

Ainsi, l'éthique est définie par S. Mercier (1991) comme « *un ensemble de règles de conduites partagées et typiques d'une société donnée ; ces règles sont fondées sur la distinction entre le bon et le mauvais.* » Suivant cette définition, l'éthique aurait comme objectif premier d'afficher un certain nombre de règles qui permettent aux salariés de distinguer entre la bonne et la mauvaise façon d'agir.

James E. Grunig (2014) explique, quant à lui, que nous étudions « *l'éthique afin de fixer des règles et de définir des principes qui pourront servir à la résolution des problèmes mettant en jeu la morale et les valeurs.* ». Tout comme S. Mercier (1991), il estime que la morale envoie « *aux croyances traditionnelles des sociétés qui ont évolué au fil des ans (voir des siècles) et qui concernent la bonne ou la mauvaise conduite* ».

Pour O. Charpateu (2012), il est difficile de définir l'éthique du fait qu'elle est souvent mal appliquée et qu'il faut s'assurer d'abord de son usage. En effet, la complexité de l'éthique se constitue dans le fait qu'il n'est pas aisé de différencier ce qui relève de l'éthique de ce qui lui est étranger. C'est ainsi que nombreux chercheurs restent pessimistes sur l'avenir de l'éthique.

En effet, l'enthousiasme des entreprises à vouloir montrer leur éthique s'est avéré à travers le temps comme étant symptomatique. Cela reflète l'obligation dans laquelle elles se sentent de montrer qu'elles ont « un comportement exemplaire » dans une

période où « *la méfiance et le mensonge caractérisent plutôt l'économie du marché* » (Mauléon, Saulquin, 2008).

Ainsi, l'éthique peut prendre multiples formes. Elle peut prendre la forme d'un discours vague ou paraître sous forme d'une procédure plus poussée créée par la direction de l'éthique dans l'entreprise. En effet, en publiant des documents éthiques ou en émettant des discours, l'entreprise est exposée à la société, elle est exposée aussi au risque. Ces documents sont donc bien calculés et préparés de manière à jouer en la faveur de l'entreprise.

O. Charpateau (2008) pose les questionnements suivants :

« Les décisions éthiques des dirigeants et décideurs dans les organisations peuvent-elles être l'objet d'une simple manipulation instrumentale ? Ainsi, lorsque des entreprises mettent en œuvre des politiques déontologiques très marquées, visant à rassurer les investisseurs et les régulateurs, et également éloigner toute tentative d'interventionnisme, quel est le risque que ces décideurs abandonnent leur position éthique lorsque la pression médiatique s'allège ? ».

C. Le Moenne (2008) déclare :

« il semble plus intéressant de prendre acte de leur existence, de les considérer en quelque sorte dans leur « valeur faciale » et d'essayer d'interroger ce dont elles sont éventuellement le symptôme, de comprendre quels « effets de réalité » elles visent à produire par la stimulation des imaginaires, et quels effets organisationnels en sont attendus, dans un contexte de crise de conceptions et des pratiques managériales.

En effet, nous rejoignons la théorie de F. Mauléon (2008) et J. Saulquin (2008) qui soulignent que rechercher « *un effet éthique* », s'explique par une cause éthique. Ils comparent ce fait à la nature de l'homme qui est de comprendre les effets pour en connaître les causes. La motivation d'une analyse portant sur l'éthique est de « *mettre à jour une meilleure justice sociale* » (Mauléon, Saulquin 2008). Cette étude va nous permettre ainsi d'enrichir nos réflexions sur les conséquences de l'éthique sur les acteurs mais aussi de comprendre les causes des discours éthiques.

Ainsi, les entreprises tentent aujourd'hui de faire de l'éthique une stratégie de développement à long terme et non une simple stratégie de communication (Loneux, 2012). L'objectif étant qu'elle agisse transversalement dans l'entreprise et qu'elle touche tous les services et départements, mais aussi, qu'elle ait un rôle dans les processus décisionnels (Loneux, 2012).

1.1. La différence entre l'éthique, la morale et la déontologie

La différence entre l'éthique et la morale réside dans le fait que la morale est caractérisée par un ensemble de normes conformes à un groupe et imposés à tous. L'éthique, quant à elle, « *introduit une dimension supplémentaire : elle impose de donner une place à l'individu, reconnu capable de faire valoir sa parole et ses intérêts propres.* » (Mauléon, Saulquin, 2008).

Ces auteurs différencient la morale de l'éthique par deux questions, la morale répond à la question : « *Que dois-je faire ?* ». Celle-ci étant une et universelle. Elle n'est en association avec un quelconque code ou entreprise. L'éthique quant à elle répond à la question : « *Comment vivre dans l'entreprise ?* ».

L'éthique est censée donc être un discours « *normatif mais non impératif* » : « *C'est un art de vivre qui peut permettre de combler chacun au sein de l'entreprise* (Mauléon, Saulquin, 2008) ».

F. Mauléon (2008) et J. Saulquin (2008) définissent la déontologie comme :

« un ensemble de règles dont se dote une profession (ou une partie de la profession) au travers d'une organisation professionnelle qui devient l'instance d'élaboration, de mise en œuvre, de surveillance et d'application de ces règles (Isaac, 1998). Elle a toujours un caractère obligatoire, tout manquement pouvant faire l'objet de sanctions. ».

Ainsi, il est difficile de considérer, dans le monde organisationnel, l'éthique comme un art de vivre du fait du pouvoir de la déontologie et la liberté qu'elle prend dans l'application de cette dernière.

2. Les raisons de la pratique de l'éthique

En se basant sur les différentes études théoriques cités précédemment, il est aisé de considérer que l'éthique se construit dans l'organisation pour obéir à des considérations stratégiques d'où la perte de sa nature. En effet, l'analyse des documents éthiques rédigés par les entreprises laissent facilement deviner que l'entreprise accorde une grande importance à la notion de réputation.

De plus, le contenu de la formalisation reste flou (Bruslerie, Rojot, 1992). Ceci s'explique par le fait que s'il est trop directif, il peut s'avérer dangereux et paraît manipulateur. Il reste alors superflu. Ces textes sont alors ou non applicables, ou, applicable à n'importe quelle fin. Le déontologue arrive à cacher le support du code éthique, et joue sur la performance de manière à fasciner le récepteur et faire oublier le plus important, son droit (Mercier, 1999).

C. Le Moenne (2008) confirme cette théorie en déclarant qu'

« Il est étrange parfois difficile à admettre que les secteurs professionnels des entreprises à but lucratif, dont l'existence dépend de la performance sur des marchés et de la capacité à dégager de multiples façons une rentabilité capitalistique, puissent se réclamer bruyamment de l'éthique et affirmer des valeurs humanistes ou de désintéressement. ».

En effet, pour des raisons de marketing, les entreprises cherchent à montrer une bonne image de moralité auprès des différentes parties prenantes qui ont un rôle dans le bon déroulement de l'activité. Elle a ici pour seule mission d'assurer une bonne communication et une influence sur les partenaires : *« La tentation est donc immédiatement grande de penser qu'il s'agit là du dernier avatar de l'idéologie managériale et patronale visant à neutraliser toute contestation des nouvelles formes d'organisation du travail par la constitution d'un climat consensuel : la gestion des ressources humaines par leur soumission à l'évidence de valeurs universelles, en quelque sorte. »* (Le Moenne, 2008). L'enjeu est de prouver aux différentes parties prenantes que les pratiques de l'entreprise sont conformes au regard du droit et aux principes moraux de la profession et qu'elles sont consenties.

Cette conformité peut aller loin dans le sens où elle peut être sécurisante. En effet, J. Grunig (2014) explique qu'une partie des certifications en relation avec la responsabilité sociale des entreprises a comme base la conformité à une éthique. En d'autres termes, il faut respecter les règles de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) et *« des principes philosophiques que le normalisateur voudrait universels (Quairel-Lanoizel, Capron et al. 2010) »* (Grunig, 2014). Ainsi, dans le cas où l'entreprise réussit à convaincre ses interlocuteurs, elle est en mesure de détenir une liberté et une autonomie importante. Aussi, le fait qu'elle réponde aux attentes morales des tiers la

protège implicitement de toute tentative de régulation par les pouvoirs publics (Grunig, 2014).

L'éthique peut assurer une autre mission, celle du contrôle. En effet, il est très difficile pour l'organisation de contrôler ses activités et par la suite gérer ses risques du fait que la procédure est très coûteuse et techniquement impossible. Le meilleur moyen est de veiller à ce que les salariés aient une éthique cohérente avec les attentes de l'entreprise, en d'autres termes, sa déontologie. Il s'agit d' « un mécanisme d'auto contrôle », qui en principe, est plus efficace vu que pour traiter les erreurs on revient à la source, et il reste aussi plus économique (Grunig, 2014)..

Dans ce sens, S. Mercier (1999) souligne que « *La mise en place d'une politique éthique (le plus souvent formalisé) est une réaction (opportuniste ou sincère selon le cas) des entreprises à certains scandales médiatisés qui ont empoisonné la vie publique* ». La démarche éthique permettrait donc, selon lui, de prévenir ou de gérer globalement les risques de conflits. Elle permettrait donc de rassurer. En effet, l'éthique devenant « commune et explicite » peut même remplacer « la culture implicite » en instaurant la notion de partage et de rassurement (Loneux, 2012).

En effet, l'éthique peut être aussi un moyen de régulation dans le sens où elle régule les relations entre l'entreprise et ses différentes parties prenantes. L'éthique devient une solution sécurisante qui rassure aussi les dirigeants pour l'avenir de leur entreprise. Pour Salomon (1989) et Hanson (1989) : « *La morale est la clé de la réussite* ». Ceci prouve encore une seconde fois qu'elle correspond à l'intérêt de l'entreprise. Gélinier (1991, p. 10) estime que « *l'éthique est l'art de réussir à long terme* ». « *Il reprend même à son compte l'équation managériale donnée par Michel Le Net (1992, p. 168) : « éthique = déontologie + performance »*. *L'éthique est donc « synonyme d'efficacité et de compétitivité » (Daigne, 1991, p. 79).* ».

Ainsi, dans le rassurement, il y a l'appel à la confiance. L'éthique cherche à gagner la confiance du client. Selon S. Mercier (1999), l'image donnée au public dépend beaucoup du contact qui s'établit entre le client et l'entreprise. Par la formalisation, l'entreprise acquiert une image de sérieux et de qualité. En effet, dans le monde des entreprises, la moindre erreur peut impacter gravement l'entreprise. La réputation se construit alors par des gestes quotidiens, « *elle est fondée sur l'éthique et contribue directement à la fidélité de la clientèle* » (Mercier, 1999). La bonne application de l'éthique garantit l'avenir de l'entreprise. C'est sur cette base que les gens choisissent de faire confiance ou pas.

O. Charpateau (2012) pose l'hypothèse selon laquelle l'éthique « *n'est pas finalement plus un système de pensée qu'un état de conformité à une exigence sociale* ». Il donne l'exemple de certaines entreprises qui ont même créé un comité éthique qui a comme seul but d'ouvrir un espace de discussion aux salariés saisis par des difficultés morales dans leur tâche. L'éthique agit ici alors comme un système de résolution des problèmes.

Cependant les critiques des auteurs n'ont pas porté uniquement sur l'effet visé mais se sont également intéressés la formalisation de celle-ci. En effet, selon plusieurs études, « l'éthique » répond très rarement à un réel « besoin éthique ».

3. Ethique, identité et organisation

Les acteurs de l'organisation sont ainsi les premiers à être impacté par l'éthique. En effet, chaque individu au sein d'une entreprise agit en fonction de son éthique, même de manière inconsciente. Selon O. Charpateau (2008), le risque de conflits augmente entre les individus si la discussion engage des valeurs liées à l'éthique. Dans cette perspective, P. Ricœur (1999) souligne que l'éthique permettrait aussi à un groupe de coexister dans le sens où il y a un partage de valeurs.

J. Grunig (2014) rejoint cette idée et divise l'éthique en trois dimensions de valeurs : une déontologie, une éthique individuelle et un contexte éthique. Il confirme que les recherches ont montré que les individus ne sont pas indifférents au contexte éthique où ils se trouvent surtout quand le sens donné correspond à des valeurs individuelles. La relation entre ces trois dimensions doit être gérée par un travail sur l'éthique : *« c'est-à-dire savoir comment faire ou non s'aligner ces trois éléments, et comment animer les éléments de communication permettant l'influence des uns sur les autres. »* (Grunig, 2014).

Ainsi, pour ses salariés, l'entreprise produit un document, préparé par les ressources humaines, dont l'appellation peut varier entre : charte des valeurs, code éthique, charte éthique, code de déontologie. L'éthique est donc censée formaliser les valeurs, comportements, attitudes attendues ou rejetées par l'entreprise. Le but étant que cette charte ait une influence efficace sur les salariés (Charpateau, 2012). Cette pratique managériale de l'éthique reste très courante.

Par ailleurs, pour ne pas mettre l'accent sur les finalités instrumentales, les entreprises ont tendance à répandre des valeurs en permettant aux salariés *« d'exprimer leurs valeurs personnelles dans le cadre d'une philosophie managériale altruiste. »* (Grunig, 2014). Pour ce faire, les dirigeants vont intégrer dans leurs pratiques managériales des performances qui ont pour objet de combler la satisfaction des individus.

Ceci est une manière de cacher le caractère imposant que peut avoir l'éthique et qui peut aller, selon S. Mercier (1999) jusqu'à imposer *« une certaine vision de l'homme et de ses rapports aux autres hommes et à la société. »*. L'éthique n'est plus appelée dans ce cas-là *« des pratiques »* mais *« en fait des règles de conduite constitutives du règlement intérieur. »* (Mercier, 1999).

Il est donc important de se questionner et d'examiner les conséquences des actions de l'entreprise pour les raisons « éthiques » qu'elle défend.

Dans leur analyse de l'éthique F. Mauléon (1999) et J. Saulquin (1999) estiment qu'il faut repenser la relation qui réunit les responsables des grandes sociétés et l'ensemble de leurs parties prenantes, c'est-à-dire, les actionnaires, les salariés, les fournisseurs, les créanciers, et tous ceux qui sont influencés par les décisions des grandes entreprises. Pour eux, le désintéressement de cette relation a pour conséquence qu'un grand nombre d'acteurs se trouvent dans *« une problématique économique et éthique »*.

En effet, même en étant parfois strictes et imposantes, certaines personnes, s'attachent aux valeurs éthiques de l'entreprise de manière non rationnelle (Charpateau, 2012). Ce qui est périlleux car le code peut changer à tout moment. L'individu se retrouve donc face au risque de perdre les repères qu'il a construit à travers l'éthique.

S. Mercier (1999) parle de contrat psychologique. Pour lui, le salarié passe une sorte de contrat psychologique avec son employeur. Ceci se traduit par une *« entente ou de contrat comportant des obligations morales ou réciproques »* (Mercier, 1999). En effet, C. Argyris (1993) et H. Levinson (1996) étaient les premiers à avoir employé le mot

« contrat » afin de décrire la nature subjective de la relation qui relie l'individu avec l'organisation.

Cette relation engendre une collection d'attentes, qui contrairement à l'éthique reste abstraite (non écrite). La relation d'emploi devient alors fondée sur un échange abstrait « *de croyances et d'attentes à propos des actions de l'individu vis-à-vis de l'organisation et de l'organisation vis-à-vis de l'individu.* » (Mercier, 1999).

Ainsi, l'éthique censée réguler l'action, différencier le bien du mal prend une autre place dans l'organisation. En effet les auteurs J. Patenaude (1997) et B. Charlin (1997) évoquent deux modes de régulation : l'hétérorégulatoire et l'autorégulatoire.

Ils expliquent que la confrontation entre l'hétérorégulatoire et l'autorégulatoire mène à des tensions et paradoxes qui impactent l'identité professionnelle. En effet, notre conception de l'éthique est que celle-ci évolue et s'actualise dans une pratique actualisée (Langlois, 2008)

L'éthique dans un concept hétérorégulatoire peut être considéré comme un contrôle moral. Elle devient une éthique déontologique. Elle est donc directement liée aux normes, formes, lois censées instaurer l'ordre guider les décisions mais aussi les comportements. Les acteurs sont donc soumis à des règles de conduite morale exigées dans leur déontologie professionnelle. Il y a un sens du devoir mais également un sens donné à l'action et donc au travail.

Dans un contexte autorégulateur, l'éthique est axée sur les questionnements concernant les valeurs et les rapports à l'autre (Langlois, 2011). Elle est pour les acteurs ce qui permet d'exercer un jugement par rapport aux valeurs personnelles, professionnelles ou organisationnelles.

L'éthique en tant qu'exercice autorégulatoire est un « *processus continu d'évaluation du sens de sa pratique et des critères éthiques qui donnent ce sens et le recréent aux détours de situations inédites* » (Jutras, 1997 ; Parizeau, 1995 ; Somerville, 1999).

L'éthique devient ainsi régulatrice de rapports humains. Cela sous-entend que nous pouvons la considérer comme réductrice de liberté et va jusqu'à constituer un défi pour les acteurs. Dans ce sens, L. Langlois (2011) déclare : « *Comment exercer une responsabilité éthique de manière libre et autonome dans un contexte réglementé, de jeu de pouvoir, de pression des actionnaires ou d'un conseil d'administration ou autres ? Ces aspects font en sorte de considérer l'éthique comme intégrant les deux modes régulatoires* ».

L'éthique ne guide pas seulement la conduite mais aussi les décisions. Le mécanisme de décisions se fait ainsi à partir de critères organisationnels. Face aux valeurs, normes organisationnelles, l'acteur peut se sentir « désemparé voire dérouté » face aux décisions qu'il a à prendre.

Certains auteurs parlent de défi ou de dilemme moral. Plusieurs chercheurs se sont souvent interrogés sur cette question. Il existerait donc une confrontation entre les valeurs. Celles des individus et celles « imposées » par l'organisation.

Davis (2004) estime qu'il existe un lien entre le dilemme éthique et l'identité de l'individu. Selon lui, l'individu éprouverait des difficultés à choisir entre deux valeurs si celles-ci ne se rejoignent pas. Nous considérons donc qu'il existe un conflit interne entre les valeurs assignées et les valeurs propres à l'individu. Le comportement à adopter devient donc flou car celles-ci souvent s'opposent.

Conclusion

Nous avons tenté pendant ce travail de décrire, à travers les théories des auteurs, le cheminement de l'éthique en explicitant d'abord son usage au sein des organisations. Nous avons d'abord souhaité revenir sur les contradictions que celle-ci peut mettre en évidence. En effet, à partir de plusieurs études, nous avons essayé de démontrer en quoi une multiplication de discours éthiques peut s'avérer être une preuve d'une absence générale d'éthique. Nous nous sommes également intéressés aux effets de l'éthique en interne à savoir comment cette dernière est censée guider les comportements mais aussi les décisions des acteurs. En effet, nous assistons à une confrontation entre les valeurs organisationnelles et celles des sujets. Cela crée un brouillage identitaire qui affecte l'image du soi professionnel et la relation à autrui.

Références bibliographiques

- CHARPATEAU Olivier, 2012, Etat de l'éthique dans les entreprises, L'état des entreprises 2012, La découverte, pp.89-98, 2011, [consulté le 20/07/2022]. URL : https://shs.hal.science/halshs00672100/file/Etat_de_l_A_thique_en_entreprise_2012.pdf
- GRUNIG James E., 2014, « Questions et théories en éthique des relations publiques », *Communiquer [En ligne]*, n° 11, 2014, p. 15-28, [Consulté le 10 novembre 2023]. URL : [10.4000/communiquer.546](https://doi.org/10.4000/communiquer.546),
- LANGLOIS Lyse, 2011, « Une éthique à deux vitesses : dangers et répercussions sur l'identité professionnelle », *Pyramides [En ligne]*, 16/2 | 2008, mis en ligne le 07 décembre 2011, consulté le 16 octobre 2023. URL : <http://journals.openedition.org/pyramides/210>
- LE MOENNE Christian, 2008, Ethiques et contextes organisationnels. *Médiation & Information*, (29), 39-54, [consulté le 1/06/2023]. URL : <http://www.mei-info.com/wp-content/uploads/revue29/4MEI-29.pdf>
- LONEUX Catherine, 2012, « Proclamation d'une nouvelle matérialité pour l'éthique dans les entreprises - forme d'organisation inédite du travail ou réaménagement des effets de la communication symbolique ? », *Communication et organisation [En ligne]*, 19 | 2001, mis en ligne le 27 mars 2012, [consulté le 07 mai 2023]. URL : <http://communicationorganisation.revues.org/2493>
- MAULEON Fabrice, SAULQUIN Jean-Yves, 2008, « L'affichage éthique dans les rapports annuels des sociétés du CAC 40 : déterminants et implications pratiques. », *Management & Avenir* 6/2008 (n°20, p. 129-146. [consulté le 1/06/2013]. URL : www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2008-6-page-129.htm
- MERCIER Samuel, 1999, L'éthique dans les entreprises, La découverte & Syros, Paris.