

# Éditorial

Pierre Couveinhes

**A**insi que nous le rappelle Jacques Batail dans son avant-propos, Platon, déjà, opposait la vertu à la richesse, considérant que ces deux valeurs étaient incompatibles entre elles.

Aujourd'hui, il est fréquent de voir les entreprises accusées d'être seulement à la recherche de « superprofits », sans se soucier de la pollution de l'environnement, du gaspillage des ressources naturelles et de l'exploitation de leurs salariés au mépris des droits de l'Homme.

Il existe cependant une autre voie : celle de la responsabilité des entreprises vis-à-vis de toutes leurs « parties prenantes » (employés, fournisseurs, clients...). Cette approche n'est pas nouvelle, elle non plus. Etienne Rolland-Piègue nous indique qu'au Japon, à l'époque Edo (XVII<sup>e</sup> au XIX<sup>e</sup> siècle), un acte de vente devait être conforme au principe de « l'avantage trilatéral » : il devait être bon à la fois pour le vendeur et pour l'acheteur, mais aussi pour la communauté. On trouve le reflet de la même préoccupation dans l'éthique du protestantisme, dans le catholicisme social (à la suite de l'encyclique *Rerum Novarum* du Pape Léon XIII), ou encore chez les saint-simoniens et leurs successeurs...

Certes, comme Philippe d'Iribarne le montre dans son article, les attentes de la société à l'égard des entreprises, qui dépendent de facteurs culturels, varient beaucoup suivant le lieu. Néanmoins, il est devenu bien difficile, dans les pays occidentaux, de trouver une firme d'une certaine taille qui ne prétende poursuivre des objectifs sociétaux et/ou environnementaux. Nous ne pouvons que nous en réjouir, mais plusieurs questions se posent. La première de ces questions tient à la multiplicité et à la diversité des objectifs affichés par les entreprises : en matière environnementale, il peut s'agir de limiter les émissions de gaz à effet de serre, de réduire les consommations d'énergie ou de matières premières, de développer le recyclage de certains produits... ; en matière sociétale, d'exclure certaines activités ou pratiques sociales jugées inadéquates, de soutenir des populations défavorisées ou des minorités (pour reprendre la typologie utilisée par Grégoire Postel-Vinay). Comment arbitrer entre ces divers objectifs parfois contradictoires ? Comment les intégrer dans la gestion quotidienne ? Comment choisir judicieusement les investissements ? Un grand avantage du management des entreprises sur la base du profit financier est que celui-ci permet d'amalgamer de multiples préoccupations et de les décentraliser auprès de toutes les entités de l'entreprise. Il est donc tentant de rechercher un indicateur synthétique reflétant les objectifs environnementaux et sociétaux, mais cela apparaît bien difficile. Récemment, la Commission Stiglitz a renoncé à présenter un paramètre unique résumant tous les aspects du progrès social, susceptible de compléter le

PIB. Dans ces conditions, la solution la plus adéquate pour bien prendre en compte les objectifs sociétaux et environnementaux pourrait consister à les... monétariser.

Une deuxième interrogation est liée au fait que la vertu (réelle ou feinte) des entreprises peut valoir beaucoup d'argent : elle permet d'améliorer le climat social, de vendre plus cher, d'avoir accès au financement par des fonds « éthiques » ou « socialement responsables »... Il n'est donc guère surprenant que les firmes rivalisent d'efforts pour démontrer leur attachement à des objectifs environnementaux et/ou sociétaux. Mais comment s'assurer de la réalité, de la sincérité et de l'importance de leur engagement ? Une fois encore, la solution pourrait résider dans la normalisation. La norme ISO 26 000, qui apporte un cadre précis à la définition de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) a été approuvée par soixante-douze pays (l'absence des Etats-Unis et de l'Inde étant cependant à déplorer). Des agences indépendantes, comme Vigeo, se sont spécialisées dans la mesure de la maîtrise, par les entreprises, de leurs externalités environnementales et sociales.

« Gagne de l'argent d'abord, la vertu vient après », a écrit Horace dans une de ses épîtres ; aujourd'hui, l'inverse peut également être vrai !