



L'ETHIQUE COMME OUTIL DE MANAGEMENT

Comment opérationnaliser l'éthique dans les entreprises et les organisations ?

Comment renforcer la confiance dans les relations internes et externes grâce à une démarche éthique ?

OBJECTIFS

- Sensibiliser sur la place de l'éthique dans le management des organisations ;
- Clarifier les concepts : éthique, morale et déontologie ;
- Faire le lien entre éthique, développement durable et responsabilité sociale ;
- Présenter une méthode et les conditions de mise en place d'une démarche éthique ;
- Présenter des outils d'évaluation de l'éthique en entreprise ;
- Débattre sur les difficultés et les apports d'une démarche éthique.

PUBLIC VISE

- Dirigeants et cadres d'entreprise.

RESUME DE L'INTERVENTION

Les managers sont confrontés à des décisions quotidiennes et à des situations qui comportent une **dimension éthique forte**. Dans un contexte où les décisions sont de plus en plus lourdes, par l'enjeu qu'elles représentent et les dilemmes qu'elles provoquent, elles font peser sur les managers des responsabilités importantes. Cette dimension est peu intégrée par les entreprises, au sens où elle paraît relever d'une démarche personnelle et est souvent considérée comme antinomique avec le pragmatisme et l'efficacité.

Le travail de réflexion proposé vise à une prise en compte de **l'éthique comme une compétence clé du management**, susceptible d'améliorer son efficacité et constituant un « outil » d'aide à la décision. Nous chercherons à définir les **concepts** (qu'est-ce que l'éthique du manager ?), une **méthode** (comment décliner ces concepts en relation avec les pratiques quotidiennes ?) et des **outils** (comment évaluer et promouvoir l'éthique dans l'entreprise ?).

OPTIONS

- 1. Formation avec témoignage** d'un manager ayant mis en œuvre une démarche éthique.
- 2. Formation avec enquête préalable** (en ligne) auprès des participants pour recueillir leur point de vue sur l'éthique et les situations problèmes choisies pour illustrer la formation. Présentation et discussion des résultats au cours de l'intervention.
- 3. Formation centrée sur une problématique métier** ou secteur pour un public ciblé.

LE FORMATEUR

JEAN-JACQUES NILLES, né en 1958, est **professeur de philosophie** et **Maître de Conférences en Sciences de Gestion** (IAE de l'Université de Savoie), membre du laboratoire de l'IREGE. Il a obtenu en 1999 le prix de la meilleure thèse transdisciplinaire décerné par la FNEGE (Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises) pour sa thèse sur l'éthique en gestion.

Il anime en tant que **conseil scientifique et co-fondateur**, la société **SOCRATES** (www.socratesonline.com), dont la vocation est de promouvoir l'éthique dans les pratiques professionnelles.



REFERENCES

Formations / Conférences pour des entreprises :

- ADELAC (GROUPE BOUYGUES) « *Ethique et management* » ;
- CENTRE HOSPITALIER DE VENDOME « *Ethique et management en Santé* » ;
- STX (EX-ALSTOM MARINE) « *Ethique et confiance dans la relation avec les fournisseurs* » ;

Formations / Conférences pour des associations professionnelles :

- Bercy (Mars 2005) « *Achats et Développement Durable* » ;
- CDAF – Compagnie des Acheteurs de France ;
- DCF – Dirigeants commerciaux de France ;
- ORES – Observatoire de la Responsabilité Economique et Sociale « *Ethique et Gestion des Ressources Humaines* » ;
- Groupe national des établissements et services publics sociaux « *Ethique et Management - Europe : quelle qualité dans le social* ».

Formations / Conférences pour des écoles : HEC Paris CESA (*Ethique et Achats*), IAE Lyon (*Ethique et Management*), ESC de Dijon, Sciences Po Paris, Ecoles de Saint Cyr Coëtquidan.

BIBLIOGRAPHIE

- « **Comment mettre en place une démarche de développement durable** » *Guide de l'acheteur public*, éditions WEKA, 2006 ;
- « **La méthode des scénarios : une méthode qualitative innovante** », avec Laure Lavorata et Suzanne Pontier, application au domaine de l'éthique, *Décisions Marketing*, N° 37, janvier-mars 2005 ;
- « **L'éthique dans la perception des managers opérationnels** », avec F. Hild, *colloque de l'ESDES*, Lyon 2004 ;
- « **Ethique et déontologie de la vente** », La méthode des scénarios, Encyclopédie de la vente et de la distribution, *Economica*, 2001 ;
- « **L'éthique comme outil de management des forces de vente** », une application à la vente directe, Thèse de Doctorat de Sciences de Gestion, Université de Savoie, 1998, 317 p., pp. 107-142.

ORGANISATION

Durée : 1 à 2 jours selon les objectifs (à préciser avec le client)

Organisation : préparation par une rencontre ou un entretien téléphonique

Matériel : Vidéoprojecteur

Contact : Sabrina DIRAND - Mail : sabrina.dirand@socratesonline.com

Tél. : +33 (0)4 50 10 47 63

L'intervention peut être adaptée dans ses objectifs, son contenu et sa forme.