

REVUE DU M|A|U|S|S SEMESTRIELLE N°15 ■ PREMIER SEMESTRE 2000

Éthique et économie

L'impossible (re)mariage ?

POURLA SCIENCE ÉCONOMIQUE dominante, l'affaire est entendue : c'est le libre jeu des intérêts et du calcul égoïste propres à l'*homo aconomicus* qui gouverne l'économie ; et l'exhortation à l'altruisme, au don pur et désintéressé, ne relève que de la morale. À nous de nous débrouiller avec cette injonction contradictoire, qui fait croître le cynisme à proportion de l'angélisme.

Que cette rupture de l'éthique et de l'économie soit potentiellement destructrice de l'une comme de l'autre, on le pressent aisément. Mais comment procéder au remariage après le divorce ? L'impressionnante vogue de l'éthique de l'entreprise, ici examinée, laisse des sentiments mitigés : comment démêler ce qui témoigne d'un véritable progrès de l'exigence éthique de son instrumentalisation ? C'est donc pas à pas, avec rigueur et précaution, qu'il faut tenter de recoller les morceaux.

En examinant, du « commerce éthique » aux projets de réforme de l'entreprise, certaines des formes possibles du remariage. Mais surtout, en montrant l'impraticabilité théorique et pratique de l'économisme et du moralisme, ces frères à la fois ennemis et complices. Comment se prétendre moral, animé uniquement par une éthique de la conviction, si cela doit aboutir à revendiquer son irresponsabilité ?

À bout du compte, et contrairement à ce que ses promoteurs pouvaient croire, ce numéro du MAUSS conclut non seulement à la nécessité d'une réconciliation de l'éthique et de l'économie, mais aussi et surtout à sa possibilité. Même la perspective d'une science économique débarrassée de son amoralisme structurel apparaît au terme de cet examen à portée de main. Ne boudons pas cette touche d'optimisme inattendue !

■ LES AUTEURS : I. Al-Naqid, J. Alric, C. Arusperger, O. Boiral, F. Bourring, P. Cahue, A. Caillé, M. Capron, E. Deléage, P. Dunesnil, G. Gendron, J. T. Godbout, M. Hénaff, A. Insel, R. Kempf, Y. Lambert, S. Latouche, E. B. Mathieu, J. Manoury, M. Mauss, R. Misrahi, C. Papilloud, T. Perna, L. de Pontrianne, L. Salmon, I. Silber, M. Terestchenko, S. Trigano, G. Verna.

■ AVEC LES RÉACTIONS DE : E. Bayrou, J.-P. Chevènement, J.-C. Guillebaud, Ph. Herzog, H. de Jouvenel, G. Lafay, R. Lesgard, M. Mathieu, C. Neuschwander, M. Rocard, P. Séguin.



Éditions La Découverte

9 bis, rue Abel-Hovelacque

75013 Paris

ISBN 2-7071-3279-9 ISSN 1247-4819

175 F

Recherches
en
éthique
et
économies

REVUE DU M|A|U|S|S

SEMESTRIELLE

N°15

PREMIER SEMESTRE 2000

Éthique ■ et économie

L'impossible
(re)mariage ?

LA DÉCOUVERTE/M.A.U.S.S.

REVUE DU MAUSS

SEMESTRIELLE

Mouvement anti-utilitariste dans les sciences sociales

Conseil de publication : Pierre Alphandéry, Gengiz Aktar, Rigas Arvanitis, Jean Baudrillard, Pierre Bitoun, Jean-Luc Boileau, Hubert Brochier, Giovanni Busino, Philippe Chantal, Cornelius Castoriadis†, Annie L. Cot, Henri Denis, Mary Douglas, Jean-Pierre Dupuy, Anne-Marie Fixot, François Fourquet, Michel Freitag, Roger Frydman, Marc Guillaume, Aldo Haesler, Jérôme Lallement, Pierre Lantz, Bruno Latour, Claude Lefort, Louis Moreau de Bellalng, Chantal Mouffe, Thierry Paquot, Jean-Claude Perrot, Wolfgang Sachs, Alfredo Salsano, Jean-Michel Servet, Lucien Scubla, Paulette Taiteb, Annette Weinert.

Comité de rédaction : Mark Anspach, Gerald Berthoud, Pascal Combemale, Jacques Dewitte, Jacques T. Godbout, Bernard Guerrien, Paul Jorion, Jean-Louis Laville, Serge Latouche, Jean-Claude Michéa, Philippe Rospabié.

Délégué de la publication : Alain Caillé.

Secrétaire de rédaction : Ahmet Insel.

Les manuscrits sont à adresser à : MAUSS, 3 avenue du Maine, 75015 Paris.

Revue publiée avec le concours
du Centre national du Livre

Catalogage Électre-Bibliographie

Revue du MAUSS. 15 : Éthique et économie : L'impossible (re)mariage ?
— Paris : La Découverte, 2000. — (Bibliothèque du MAUSS)

ISBN 2-7071-3279-9

ISSN 1247-4819

RAMEAU : politique économique : aspect moral
morale des affaires

DEWEY : 330.1 : Économie générale. Théorie générale de
l'économie
174-2 : Éthique professionnelle. Déontologie. Éthique
des affaires

Public concerné : public motivé.

REVUE DU MAUSS

SEMESTRIELLE

N°15

PREMIER SEMESTRE 2000

Éthique et économie L'impossible (re)mariage ?

Sommaire

Présentation, par Alain Caillé et Ahmet Insel 5

PREMIÈRE PARTIE
LE DIVORCE DE L'ÉTHIQUE ET DE L'ÉCONOMIE THÉORIQUE

Introit

Robert Misrahi : L'éthique de la joie face à la question de l'économie 19
Marcel Hénaff : L'éthique catholique et le non-esprit du capitalisme 35
Serge Latouche : L'économie est-elle morale ? 67

La querelle du don et de l'amour. Purs, impurs ?
Trop humains ou trop divins ?

Shmuel Trigano : Indemnisation des victimes, don et citoyenneté 84
Michel Terestchenko : Jacques Derrida ou le fantôme du quétisme 88
Christian Arnsperger : Mauss et l'éthique du don. Pour un altruisme méthodologique 99
Alain Caillé : Don et altruisme. Réponse à C. Arnsperger 120
Christian Arnsperger : L'altruisme et l'individualisme sont méthodologiquement imbriqués. Réponse à A. Caillé 127
Ilana Silber : La philanthropie moderne à la lumière de Mauss 133
Jean Alric : Aidôs, la pudeur grecque 150
Ibrahim Al-Naqid : Islam et économie. La cruauté du jeu. 165

L'économique, quel économique ?

Pierre Dumesnil : Penser l'économie avec Cornelius Castoriadis 171
Aymeric de Pontviianne : La nature du marché 186
Jérôme Maucourant : Un retour sur l'économie politique de Karl Polanyi ... 207

Science économique et éthique : vers des retrouvailles ?

<i>Pierre Cahuc et Robert Kempf : L'altruisme est-il socialement efficace ?...</i>	223
<i>Ahmet Insel : Amartya Sen. L'éthique de la liberté face à la science économique</i>	247
<i>François Régis Mahieu : De la responsabilité des économistes et des agents économiques</i>	257

DEUXIÈME PARTIE

LE CONCUBINAGE DE L'ÉTHIQUE ET DE L'ÉCONOMIE DANS LA PRATIQUE

Éthique et business

<i>Michel Capron : Vous avez dit "éthique" ?</i>	271
<i>Jacques T. Godbout : Quand les gens d'affaires se font des cadeaux</i>	278
<i>Anne Salmon : Le réveil du souci éthique dans les entreprises.</i> <i>Un nouvel esprit du capitalisme ?</i>	296
<i>Corinne Gendron : Enjeux sociaux et représentations de l'entreprise</i>	320
<i>Olivier Boiral et Gérard Verna : Éthique de la compétence et gestion stratégique de l'incompétence</i>	326

Vers de nouvelles noces de l'éthique et de la pratique économique ?

<i>Serge Latouche : De l'éthique sur l'étiquette au juste prix. Aristote, les SEL et le commerce équitable</i>	346
<i>Tonino Perna : La réalité du commerce équitable</i>	359
<i>Finn Bowring : Les SEL et les inégalités sociales</i>	373
<i>Estelle Deléage : L'autre paysannerie. Paysans travailleurs de l'ouest de la France</i>	383
<i>Yves Lambert : La démocratie dans l'entreprise : peut-on gagner en éthique sans perdre en efficacité</i>	398
<i>François Bayrou, Jean-Pierre Chevénement, Jean-Claude Guillebaud, Philippe Herzog, Hugues de Jouvenel, Gérard Lafay, Roger Lessard, Marc Mathieu, Claude Neuschwander, Michel Rocard, Philippe Séguin : La démocratie dans l'entreprise : une utopie ? Ce qu'ils en pensent</i>	411

FINAL

<i>Marcel Mauss : Théorie de la liberté ou de l'action. Commentaire du V^e livre de L'Éthique de Spinoza.</i> <i>Texte inédit présenté par Christian Papilloud</i>	419
---	-----

par Corinne Gendron

[...]

LA RESPONSABILITÉ SOCIALE

Proclamée du haut des tribunes des chambres de commerce, ou objets de maints débats dans les couloirs académiques, l'éthique et la responsabilité sociale de l'entreprise constituent aujourd'hui la sagesse conventionnelle des milieux d'affaires [Stark, 1993, p. 39]. Il n'en a pas toujours été ainsi. Le discours académique et gestionnaire sur la responsabilité sociale remonte au tout début du capitalisme, mais n'a pris son véritable essor qu'à partir des années soixante, alors que l'entreprise faisait face à des mouvements et à des revendications sociales sans précédent. Les historiens du courant (R. De George, J. Mahoney, F. P. PacHugh...) laissent entendre que le développement du discours sur la responsabilité sociale est en fait intimement lié à l'érosion de l'image du marché autorégulateur. En effet, la montée des pouvoirs monopolistiques et la concentration des entreprises est en rupture flagrante avec l'image véhiculée par l'économie classique d'une multitude d'agents individuels égaux sans pouvoir hégémonique.

Dans ses formulations les plus avancées, le discours sur la responsabilité sociale de l'entreprise propose une révision paradigmatic fondamentale de l'entreprise privée en affirmant qu'elle n'a plus seulement pour fonction de générer des profits pour le bien de ses actionnaires, mais qu'elle doit désormais s'inscrire dans le cadre de l'intérêt général. Dans un contexte où la dynamique autorégulatrice du marché n'opère plus, dynamique qui justifiait paradoxalement la poursuite d'intérêts purement privés en vue d'atteindre l'intérêt général, les tenants de la responsabilité sociale proposent ni plus ni moins de modifier le postulat fondamental de l'équation smithienne, et de réviser la fonction de l'entreprise en inscrivant désormais le bien commun dans son agenda.

L'idée d'une responsabilité sociale de l'entreprise a fait l'objet de maints débats au cours des cinquante dernières années. Ceux-ci se sont cristallisés autour de trois grandes écoles : la *business ethics*, la *business and society*, et la *social issue management*. Chacune d'entre elles fonde l'idée d'une responsabilité sociale sur une argumentation différente. Mais si elles peuvent paraître contradictoires quant à leurs fondements théoriques, elles cohabitent admirablement et se renforcent l'une l'autre en assurant la promotion d'une seule et même idéologie : *la prise en charge formelle de l'intérêt*

1. Le texte qui suit est un extrait d'une communication faite au colloque annuel de CRISES (août 1999, Québec).

commun par l'entreprise privée. De plus, bien qu'elles se chevauchent, ces trois écoles de pensée se révèlent complémentaires dans leur perspective et leur traitement du questionnement éthique, social et environnemental de l'entreprise : la *business ethics* propose une approche moraliste axée sur les valeurs et les jugements normatifs ; le courant *business and society* se préoccupe de la cohésion sociale et analyse les différentes modalités de l'interface entreprise/société, et le courant de la *social issue management* traite les questions sociales comme autant de paramètres dont il faut tenir compte dans le cadre de la gestion stratégique².

*La business ethics et le courant moraliste-éthique*³

Pour le courant de la *business ethics* que nous appelons moraliste, la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise découle de sa responsabilité morale : l'entreprise doit agir de manière socialement responsable parce qu'il est de son devoir moral de le faire. Les tenants de la *business ethics* fondent leur argument sur le principe de projection morale et sur le schéma causal suivant : agent (moral) — action — effet [Goodpaster, 1983, p. 10]. Même si ce schéma peut paraître simple de prime abord, il soulève toute une série de problèmes théoriques ; car si tous s'entendent sur la partie *effet* des activités de l'entreprise, il a fallu tout d'abord déterminer s'il existe une chose telle que l'*acte d'entreprise*, ou si l'effet des activités de l'entreprise ne doit pas plutôt être attribué à des actes individuels. La majorité des auteurs admettent sans trop de discussions que l'individu qui agit dans le cadre de ses fonctions dans la firme agit pour le compte de la firme et non pour son propre compte, c'est-à-dire dans l'optique de ce qui est bien pour la firme, selon la rationalité qu'elle s'est fixée.

En revanche, le statut d'agent moral de la firme pose des problèmes plus sérieux puisqu'un agent moral doit nécessairement être sujet, c'est-à-dire être conscient, pensant et capable de discerner le bien du mal. La plupart des auteurs se rallient autour du concept de projection morale, qui attribue à la firme le statut d'agent moral par analogie. Il s'agit selon eux du seul procédé capable d'assujettir l'entreprise aux lois morales régissant la personne humaine.

L'attribution d'une personnalité morale vise donc à rendre moralement responsable l'entité entreprise, et le lien causal présenté plus tôt correspond davantage au schéma suivant : effet — action — agent. Or, si l'entreprise n'est agent moral que par analogie, on peut s'attendre à ce qu'elle ne réponde pas aux *stimuli* auxquels répondrait un véritable agent moral doté de conscience. Le courant moraliste préconise pourtant une série de mesures

2. Nous incluons dans ce courant la théorie des *stakeholders* de Edward R. FREEMAN (1984).

3. Richard DE GEORGE, Kenneth E. GOODPASTER, John B. MATTHEWS, Michael HOFFMAN, Peter FRENCH sont des auteurs appartenant à ce courant. Tom L. BEAUCHAMP et Norman E. BOWIE font appel, quant à eux, à un argumentaire appartenant autant à l'approche moraliste qu'à l'approche contractuelle.

essentiellement axées sur des programmes de formation, qui ne trouvent malheureusement guère d'écho dans la pratique. En reposant sur une analogie fictive, il est certain que les solutions proposées ne peuvent mener qu'à des résultats fictifs. La *business ethics* s'apparente donc davantage à une exhortation, à un appel à la bonne volonté des entreprises.

Il semble qu'en voulant corriger une théorie qui prête aux personnes humaines une rationalité similaire à celle des entreprises, la *business ethics* soit tombée dans l'excès inverse en prêtant aux entreprises une moralité propre aux personnes humaines. Par ailleurs, en dessinant l'entreprise comme une entité individuelle, le courant de la *business ethics* propose une représentation de la firme qui, malgré sa volonté de s'en démarquer, n'est pas aussi éloignée des thèses néoclassiques qu'elle le prétend. Enfin, en analysant le comportement de la firme comme une question morale purement individuelle, les moralistes se sont coupés d'une dimension explicative indispensable qui leur aurait permis de dépasser l'épineuse question de la personnalité de l'entreprise. Leurs représentations théoriques semblent faire abstraction du fait que l'entreprise évolue dans une société concrète, cette dernière n'ayant d'existence qu'à travers la médiation de grands principes philosophiques et moraux tels que la justice et l'équité.

Cette dimension sociale constitue précisément le point de départ des analyses proposées par l'approche contractuelle qui fonde la responsabilité de l'entreprise non plus sur l'application problématique de principes moraux à l'entité entreprise, mais sur la relation de réciprocité existant entre la firme et la société.

La business and society et le courant contractuel-sociétal⁴

Le courant de la B & S fonde l'idée d'une responsabilité sociale sur deux prémisses totalement distinctes qui vont jusqu'à être contradictoires, même si elles sont souvent présentées conjointement par les auteurs. La première consiste à dire que contrairement à ce que prétendent les thèses classiques, il n'existe pas de division étanche entre l'entreprise et la société, et que ces deux entités sont en interrelation. Quant à la seconde, elle avance l'idée que l'entreprise est une institution sociale créée par la société, envers laquelle elle est redévable et qui est en mesure de lui retirer ses priviléges si elle se révèle inadéquate.

L'idée que l'entreprise et la société sont reliées a été théorisée par Preston et Post dans un article où ils schématisent l'une et l'autre comme des systèmes ayant chacun leur propre logique, mais qui se structurent mutuellement par le biais de leurs interactions constantes [Preston, Post, 1987]. La responsabilité sociale se situe à l'intersection de la logique sociale et de la

4. Donna J. WOOD, Prakash S. SETHI, Lee E. PRESTON, James E. POST, Richard J. CASTON, Thomas F. MACMAHON, Thomas DONALDSON, David K. BANNER, Keith DAVIS et William C. FREDERICK peuvent être rattachés à ce courant.

logique économique de l'entreprise. La seconde prémissse suppose au contraire que l'entreprise fait partie de la société et est même créée par elle. Wood et Donaldson affirment que l'entreprise est une institution issue d'une volonté sociale d'une part — idée d'un contrat social, — tandis que Davis démontre que cette volonté sociale est en mesure de réformer ou même de remplacer une institution qui se montrerait socialement inefficace — idée d'un contrôle social [Wood, 1991 ; Donaldson, 1983].

Il nous semble que, tout en cherchant à s'en démarquer, le modèle de Preston et Post ressuscite certains postulats néoclassiques en réaffirmant la division fonctionnelle de la société même s'il suppose une interaction entre les deux sphères. Leur schéma a pour résultat de conférer à la logique d'entreprise une légitimité de même niveau que celle de l'ordre social, et pose l'existence d'une sphère économique autonome de la société, ce qui va dans le sens des postulats classiques qui consacrent l'autonomie de la sphère économique. La deuxième représentation est très certainement plus intéressante d'un point de vue sociologique et se rapproche des théories économiques plus hétérodoxes qui avancent l'idée d'un encastrement de l'économie dans le social⁵. Toutefois, c'est dans la dynamique de régulation que les auteurs semblent faire le même raccourci que les moralistes avec l'attribution d'une personnalité morale à l'entreprise. En effet, pour les auteurs de ce courant, la société possède une capacité autorégulatrice qui risque de s'abattre sur l'entreprise « désobéissante ». L'entreprise doit donc impérativement servir les intérêts de la société, nonobstant sa rationalité propre qui lui rend cette tâche difficile, voire impossible. Comme dira Mintzberg : « It can't, but it must » [1983]. On retrouve là encore une responsabilité sociale qui s'apparente davantage à une exhortation, comme c'était le cas des thèses moralistes, et qui ne trouve guère d'écho dans la pratique réelle des entreprises ; il serait tout à fait farfelu de penser que les questions de stratégie de l'entreprise telles qu'elles sont débattues dans les conseils d'administration ou au sein de la direction se posent en termes d'arbitrage entre l'intérêt des actionnaires et l'intérêt social général...

On peut donc affirmer que, tout comme le courant de la *business ethics*, celui de la *business and society* cherche à réformer le fondement de l'entreprise, c'est-à-dire poursuivre des fins privées, sans toutefois réformer sa structure juridique ou le système capitaliste plus large dans lequel elle s'insère.

La social issue management et le courant utilitaire-stratégique

Le courant stratégique de la *social issue management* prétend moins réformer l'entreprise que fournir au gestionnaire des outils pour améliorer sa performance, en tenant compte des revendications sociales qui sont propres aux Temps modernes. Si ce courant ne remet pas en cause la finalité capitaliste

5. Tel que suggéré par Karl Polanyi, Mark Granovetter et la sociologie économique, ou encore Bélanger et Lévesque, plus largement les régulationnistes.

de l'entreprise, il propose une nouvelle approche de son environnement qui n'est plus seulement économique mais bien socio-politique, et vient asseoir sur le plan théorique une nouvelle dimension de la stratégie de l'entreprise : la gestion des questions sociales et politiques dans le cadre des finalités traditionnelles de l'entreprise.

Ce courant prend acte des coûts entraînés par la réglementation, et de façon plus générale par les contestations sociales, ce qui fera dire à un haut dirigeant américain qu'il peut faire plus pour son entreprise à Washington que dans ses usines [Weber, 1997, p. 43-74]. En vue de protéger ses intérêts, il est donc légitime que l'entreprise fasse valoir ses arguments au sein de l'arène politique, ce qui va dans le sens de la vision pluraliste d'une société libre. Ce courant confère donc à l'entreprise un véritable statut d'acteur social. Bien qu'en rupture avec la division fonctionnelle des représentations classiques, cette représentation y puise paradoxalement sa légitimité en maintenant l'idée que ce qui est bon pour l'entreprise l'est aussi pour la société. Par ailleurs, s'il fait siennes les propositions de la *business ethics* et de la *business and society*, ce courant confirme la fonction traditionnelle de l'entreprise, tout en réinterprétant les stratégies à mettre en œuvre pour la remplir en fonction des transformations qu'a connues l'environnement social au cours des dernières décennies [Freeman, 1984 — Freeman fait référence aux turbulences de l'environnement contemporain]. Il s'agit en quelque sorte du volet pragmatique ou de l'interprétation managériale des préceptes avancés par les deux courants précédents.

Les critiques qui s'élèvent aujourd'hui contre le courant de la responsabilité sociale sont assez marginales, ce qui nous fait dire qu'il s'agit bel et bien d'un courant institutionalisé qui correspond à la sagesse conventionnelle des milieux d'affaires. Par ailleurs, les auteurs de ce courant sont les premiers à déplorer le manque d'ancre empirique de leurs théories et reconnaissent le caractère éminemment normatif de leurs propositions [Brenkert, 1995, p. 691]. Cette critique est fondamentale dans la mesure où, comme nous l'avons dit plus haut, le concept de responsabilité sociale se révèle davantage de l'ordre du discours que de l'explication [Jones, 1996]. Et d'autant plus que les rares études empiriques tendent plutôt à démontrer que le comportement réel des entreprises et des gestionnaires va bien souvent à l'opposé de ce que prévoient les thèses de la responsabilité sociale [Brenkert, 1995, p. 683 ; Armstrong, 1977 ; Brenner, Molander, 1977].

L'omniprésence de ce discours paraît refléter la nécessité pour l'entreprise de fournir une réponse à des revendications qui pourraient se traduire par une réduction de son autonomie, c'est-à-dire par une réglementation contre laquelle les gestionnaires et leurs théoriciens cherchent à se prémunir à tout prix. Et une représentation telle que celle des moralistes constitue selon nous le parfait exemple de ce que Berger et Luckman appellent une convention cognitive parallèle, qui a pour effet d'obscurcir les circonstances ayant présidé à l'émergence d'une institution en vue d'asseoir une légitimité en déclin sur d'autres bases [Berger, Luckman, 1996].

Dans cette optique, le concept de responsabilité sociale s'apparente selon nous à un faux-fuyant visant à éviter les transformations plus profondes que revendent les écologistes et les autres mouvements sociaux, et qui risqueraient de se traduire par une réduction de l'autonomie de l'entreprise. En d'autres termes, ce courant constitue une réponse organisationnelle à un problème d'ordre institutionnel. C'est ce que nous tenterons d'expliquer davantage dans la dernière partie de notre exposé. Mais auparavant, il nous a semblé important d'explorer les différentes représentations de l'entreprise développées par les disciplines qui l'ont étudiée afin de voir si celles-ci permettent une meilleure appréhension des crises auxquelles elle est confrontée.

[...]

BIBLIOGRAPHIE

- ARMSTRONG J. S., 1977, « Social Responsibility in Management », *Journal of Business Research*, n° 5.
- BERGER P., LUCKMAN T., 1996, *La Construction sociale de la réalité*, Méridiens-Klincksieck.
- BRENKERT G. G., 1995, « The Environment, the Moralist, the Corporation and its Culture », *Business Ethics Quarterly*, vol. 5, n° 4.
- BRENNER S. N., MOLANDER E. A., 1977, « Is Ethics of Business Changing ? », *Harvard Business Review*.
- DONALDSON T., 1983, « Constructing a Social Contract for Business », in WERHANE, DONALDSON, *Ethical Issues in Business : A Philosophical Approach*.
- FREEMAN E. R., 1984, *Strategic Management. A Stakeholder Approach*, Pitman.
- GOODPASTER K. E., 1983, « The Concept of Corporate Responsibility », *Journal of Business Ethics*, n° 2.
- JONES M. T., 1996, « Missing the Forest for the Trees. A Critic of the Social Responsibility Concept and Discourse », *Business and Society*, vol. 35, n° 1.
- MINTZBERG H., 1983, « The case of Corporate Social Responsibility », *Journal of Business Strategy*, vol. 4.
- POST J. E., PRESTON L. E., 1987, « Models of Management and Society », in PRAKASH S. S., FALBE C. (sous la dir. de), *Business and Society. Dimensions of Conflicts and Cooperation*, Lexington, Toronto, Preston L. E..
- STARK A., 1993, « What's the Matter with Business Ethics ? », *Harvard Business Review*, vol. 3.
- WEBER L. J., 1997, « Ethics and the Political Activity of Business : Reviewing the Agenda », *Business Ethics Quarterly*.
- WOOD D., 1991, « Corporate Social Performance Revisited », *Academy of Management Review*, vol. 16, n° 4.