

Table des matières

Préface	9
Bernard REBER	
Introduction	13
Chapitre 1. La responsabilité dans l'entreprise et les affaires	21
1.1. Les différentes conceptions de la responsabilité	22
1.2. La responsabilité juridique	24
1.2.1. La responsabilité civile de l'entreprise et de ses dirigeants	24
1.2.2. La responsabilité pénale des personnes physiques et morales	25
1.3. Organigramme et responsabilité.	28
1.4. La responsabilité sociale de l'entreprise	30
1.4.1. Les différentes définitions de la responsabilité sociale de l'entreprise	30
1.4.2. Les différents niveaux de responsabilité « sociale ».	32
1.4.2.1. La responsabilité économique	32
1.4.2.2. La dimension éthique de la responsabilité des entreprises	35
1.4.2.3. La dimension politique de la responsabilité des entreprises	42
1.4.3. Les moyens de la responsabilité sociale de l'entreprise.	47
1.4.3.1. L'éthique des affaires	47
1.4.3.2. La typologie de la responsabilité en pratique	49
1.5. Conclusion	54

Chapitre 2. La responsabilité de l'entreprise : quelles justifications ?	55
2.1. La responsabilité sociale et la responsabilité juridique	56
2.1.1. Droit et intérêt des actionnaires	56
2.1.2. L'entreprise : un <i>locus</i> de responsabilité ?	59
2.2. L'efficacité économique, la performance financière et la responsabilité sociale de l'entreprise	64
2.2.1. Les principes éthiques et l'asymétrie informationnelle	65
2.2.2. Pour une éthique qui fait de bons profits	68
2.2.3. L'intérêt des parties prenantes et les coûts de transaction	70
2.2.4. À la recherche d'une corrélation empirique	75
2.3. Les justifications explicitement normatives de la responsabilité.	77
2.4. Conclusion	81
Chapitre 3. L'innovation et la responsabilité	83
3.1. Comment définir l'innovation ?	86
3.2. La responsabilité sociale de l'entreprise au secours de l'innovation ?	90
3.2.1. L'innovation et les formes classiques de responsabilité	91
3.2.2. La responsabilité sociale de l'entreprise et l'innovation, portée et limites	92
3.2.2.1. Les petites entreprises et leurs moyens limités	93
3.2.2.2. La responsabilité et la capillarité.	95
3.2.2.3. La responsabilité sociale de l'entreprise ne favorise pas nécessairement l'innovation normative	97
3.3. L'innovation morale, une nécessité.	98
3.3.1. L'innovation épistémologique et l'innovation morale	98
3.3.2. La crise financière et la responsabilité du théoricien	99
3.4. L'innovation responsable.	102
3.4.1. Les conceptions de l'innovation responsable.	102
3.4.2. L'antinomie entre l'innovation et la responsabilité	106
3.4.2.1. La transparence et le secret dans l'innovation	106
3.4.2.2. L'anticipation et l'incertitude.	107
3.4.2.3. Les limites de la capacité de réponse	114
3.5. Les pratiques de l'innovation responsable.	116
3.5.1. La coconstruction et la participation au service de l'innovation responsable ?	116
3.5.2. L'innovation « sociale »	121
3.6. Conclusion	124

Chapitre 4. La responsabilité dans l'innovation comme vertu . . .	127
4.1. La responsabilité comme vertu ou « souci de »	129
4.1.1. Le souci d'une perspective large	129
4.1.2. Au fondement de la responsabilité : un réseau d'interrelations	134
4.2. La responsabilité et la vertu dans la responsabilité sociale de l'entreprise	137
4.2.1. Le « capitalisme moral »	138
4.2.2. Les déterminants du raisonnement moral	143
4.3. Conclusion	146
Conclusion	149
Bibliographie	153
Index	169