



Mot de passe AT217

# ÉTHIQUE ET ÉVOLUTION DE LA SOCIÉTÉ



## Introduction :

Présentation :

- Qui sommes-nous ?

Étudiants en Master Finance d'Entreprise, nous sommes des jeunes de la génération dite « Y » souhaitant répondre à une problématique... Particulièrement intéressé par la finance d'entreprise nous avons profité de notre année à l'INSEEC de Chambéry pour approfondir nos connaissances dans ce domaine. Nous avons notamment pu suivre un cours intitulé développement personnel, dont l'objectif était d'apprendre à se connaître et comprendre ce que sont nos valeurs et nos sentiments, grâce à ces cours nous avons pu voir comment appréhender de nos jours l'environnement de l'éthique et comment gérer des situations afin d'être en mesure de prendre les bonnes décisions.

- Comment et pourquoi avons-nous participé ?

Les raisons pour lesquelles nous avons choisi de participer à ce concours sont que nous souhaitons mettre en avant les compétences des étudiants de la promo 2018 en travaillant sur le sujet de l'éthique qui nous concerne tous surtout dans une société comme celle d'aujourd'hui. En effet, étant en pleine entrée dans le monde du travail nous nous devons nous sensibiliser sur le sujet de l'éthique comment se comporter ou encore faire face à des situations difficiles.

- Remerciements

Nous souhaitons tout d'abord remercier notre professeur de « développement personnel » Thierry Jouzier pour nous avoir proposé de participer au concours Rotary et de son implication dans la réalisation de ce projet.



Amorce du sujet : Éthique et évolution de la société française

- Pourquoi ce sujet ?

Sujet principal dans la société actuelle, au tournant d'un gros bouleversement

Sur tous les plans on observe aujourd'hui de véritables changements : technologique, scientifique, démographique, culturel, économique etc.

- Quels enjeux ?

L'analyse de ce sujet est essentielle pour comprendre les besoins futurs de la société, ainsi que son mode de fonctionnement.

L'enjeu est fondamental dans la mesure où une société qui évolue doit s'inscrire dans un environnement qui suit le mouvement.

- Quels objectifs ?

Optimisation des besoins

Modernité des méthodes

Adaptation au monde moderne

- Quels impacts ?

Impact à plusieurs niveaux: professionnel, législatif, éthique, commercial, financier.

Pour les entreprises : nouvelles méthodes de travail, nouvelle organisation, nouveau mode de management

Attention : il faut aborder la question des limites (+ et - de l'évolution).



#### Définition des termes :

- Éthique : discipline philosophique qui réfléchit sur les finalités, les valeurs de l'existence, les conditions d'une vie heureuse, ainsi que sur des questions de mœurs et morale. D'ailleurs il ne faut pas confondre l'éthique et la morale qui elle est un ensemble de valeurs et de principes différencie le bien du mal. L'éthique, est une réflexion argumentée en vue du bien-agir.
- Société : Groupe organisé d'êtres humains, ayant établi des relations durables, qui vivent sous des lois communes, qui ont une forme de vie commune, soumis à un règlement commun ou qui ont un centre d'intérêt.
- Génération Y : La génération Y regroupe, l'ensemble des personnes nées entre 1980 et 2000. Perçue comme ayant des caractéristiques sociologiques et comportementales propres, elle est une cible particulière du marketing.
- Culture : Ensemble des pratiques, connaissances, traditions et normes propres à un peuple.

#### Contexte :

- Quelques dates
- Environnement actuel
- Un peu d'histoire

#### Problématique:

- Quel avenir de l'éthique pour la génération Y ?
- Jusqu'à quand et où l'éthique est un conditionneur de l'évolution de la société ?
- Comment l'évolution de la société influe-t-elle sur l'éthique contemporaine ?
- L'évolution de la société a-t-elle un impact sur les valeurs modernes ?



- L'évolution de la société : pour ou contre l'éthique ?

Annonce des axes :

- Génération Y-Z
- Santé
- Économie finance
- Technologie
- Nouveaux modes de vie
- Nouveaux modes de consommation
- Parité
- Culture

Annonce du plan :

Nous commencerons par mettre en lumière le parallélisme entre éthique et évolution de la société française. Grâce à cette première approche nous pourrons déterminer si les nouvelles générations Y et Z sont un frein ou un tremplin à l'éthique en général. Une fois ces points éclaircis nous pourrons comprendre la place de l'éthique et sa nécessaire adaptation dans le monde contemporain.

- I) Approche entre éthique et les différentes évolutions de la société grâce à l'analyse Pestel
  - A) L'éthique financière, cœur de l'évolution des modes de consommation
    - 1) L'alliance entre finance et éthique
    - 2) Les nouveaux modes de consommation
  - B) Coordination entre sociologie et éthique
    - 1) Les nouveaux modes de vie
    - 2) Éthique et santé
  - C) Technologique
    - 1) L'évolution de la technologie, un pas vers l'évolution de l'éthique positif
    - 2) L'évolution de la technologie, un frein à la marche normale de l'éthique



D) L'évolution des modes de pensées

- 1) Le contraste entre les différents aspects de l'évolution / Culture
- 2) Une chronologie pas forcément évidente : l'idée d'un pas en avant et deux en arrière
- 3) Éthique et parité

II) Éthique : base ou finalité de la société ?

- A) La génération Y : frein ou tremplin à l'éthique
- B) Implicitement, l'éthique, modèle intangible et intemporel des codes de la société

Bibliographie :

<http://lagenerationy.com/generation-y-definition/>



## I) Approche entre éthique et les différentes évolutions de la société

### A) L'éthique financière, cœur de l'évolution des modes de consommation

La référence à l'éthique dans le monde de la Finance s'impose de plus en plus en particulier depuis la crise financière qui a débuté en 2008 et dont les effets se font toujours ressentir. N'est-ce pas parce que la finance s'est éloignée de l'éthique que le marché s'est écroulé il y a maintenant 10 ans ?

Nous allons tenter d'expliquer les relations entre la Finance et l'éthique, deux notions qui se croisent et se juxtapose fréquemment.

#### **1) L'éthique et la finance, inconciliable ?**

L'éthique s'applique évidemment au monde de la finance. Il ne suffit pas, pour les professionnels de la finance et les institutions qu'ils représentent de seulement respecter les règles, la loi, mais il faut également qu'ils suivent leur conscience, leur moral et leur bon sens.

Ceci prend d'autant plus de sens dans la mesure où la crise actuelle repose essentiellement sur le fait que la finance s'est écartée de l'éthique.

La finance possède ainsi tous les attributs d'un univers inséparable de l'éthique et des deux formes d'éthique que l'on distingue généralement :

- L'éthique de conviction qui a pour objectif de se fixer un but qui corrèle avec nos valeurs personnelles.
- L'éthique de responsabilité, qui consiste davantage à un comportement, une attitude qui se veut exemplaire.
- La finance ne peut donc pas se soustraire à l'éthique d'autant plus que les acteurs, les professionnels de la finance disposent tous de propres valeurs, plus ou moins éthiques et qu'ils vont appliquer celles-ci quotidiennement dans leur métier et vie professionnelle.



## **2) L'éthique au cœur de la finance : La finance éthique**

La finance éthique se définit par son but ou plus précisément par la destination des fonds : à quoi l'argent va-t-il servir ? A qui va-t-il être prêté ?

L'apparition de ce concept, dans les années 80 a suspendu les investissements dans les entreprises dont l'activité était contraire à la morale, condamnable.

Il n'existe pas de liste d'entreprise à proprement parlé mais celles-ci regroupent trois critères :

- Un critère social. Ce critère concerne l'attitude des entreprises vis-à-vis de leurs salariés.
- Un critère politique qui s'oriente vers le respect de l'environnement avec une question centrale : L'entreprise a-t-elle, via son activité, le souci de respecter la nature ?
- Enfin, un critère économique qui concerne la gouvernance. Quelle est l'attitude des entreprises à l'égard de toutes les parties prenantes : salariés, clients, fournisseurs, collectivités locales.

Ces trois critères correspondent à ce que l'on appelle aujourd'hui l'investissement socialement responsable (ISR).

La finance éthique repose également sur les types de produits commercialisés. En effet, la finance éthique s'incarne au travers de l'épargne citoyenne et des produits financiers solidaires et transparents.

Une banque éthique est définitivement ancrée dans le territoire sur lequel elle évolue et dans ses tissus sociaux économiques. Les banques éthiques sont toujours constituées, juridiquement, sous une forme permettant une participation de la part des employés, des clients qui deviennent dès lors des sociétaires.

La finance et l'éthique sont deux notions qui sont amenés à vivre ensemble.



## B) Coordination entre sociologie et éthique

### 1) Les nouveaux modes de consommation

#### a - La mode

##### - Eco responsabilité

Fast fashion: la mode grande distribution, mondiale.

Privilégié le slow fashion.

Tendre vers une garde-robe plus minimaliste, réparer et transformer les vêtements, raisonner ma consommation, opter pour la seconde main (friperie)

Explosion des dépôts vente ou site de vente d'occasion (vestiaire collective, vinted)

Choisir des vêtements éthiques (avec des labels, organique textile) et favoriser le made in France.

Développement durable, agriculture raisonné, responsable sociale et environnementale

La mode éthique, responsable et durable est une préoccupation pour la majorité des Français(e)s. De nombreuses marques proposent des collections avec de nombreux vêtements qui restent peu de temps sur le marché, à des prix très attractifs. Mauvais pour l'environnement Mauvais pour la condition humaine Mauvais pour votre santé Des mouvements ont vu le jour pour dénoncer les pratiques de la fast fashion et pour créer une prise de conscience chez le consommateur. Avec des petits moyens, ils se démènent pour promouvoir une mode plus éthique où l'environnement est préservé, l'humain respecté et la santé protégée. Consommer moins et consommer mieux.

C'est le slow fashion, une mode lente et durable, qui s'oppose à la fast fashion, la mode rapide et jetable.



- Made in France

Privilégié les acteurs locaux, avec des marques françaises (design et production française) création d'emplois, pérennité et soutiens de l'économie française.

Limité l'exploitation de la main d'œuvre à moindre cout dans les pays étranger

Ex : Le slip francais, Stella mc Cartney, Agnes B

Le made in France est un mouvement consistant à acheter français. Sans aucun doute, il progresse dans l'opinion. Aujourd'hui, 77% des Français se disent disposés à payer 5% à 10% plus cher pour acheter français.

Selon l'INSEE le « Made in France » dans l'industrie du textile français (tissage, filature...) représente 38 667 emplois et un chiffre d'affaires annuel de près de 7,2 milliards d'euros.

En comparant, dans le textile, trois marques françaises et trois marques étrangères, la conclusion est qu'un produit fabriqué en France génère trois fois plus d'emplois que son équivalent importé.

b - La nouvelle façon de s'alimenter

- Circuit court

La vente à la ferme, vente par les producteurs, les points de vente collectif, vente aux paniers dans les entreprises, vente par correspondance, les ventes itinérantes, marché

La vente directe des produits aux consommateurs permet de limiter les intermédiaires.

Les circuits courts, mode de distribution des produits alimentaires ont le vent en poupe : vente directe à la ferme, magasins de producteurs et comptoirs locaux, sites de vente en ligne, place du marché... Ce mode de distribution des produits agricoles du producteur au consommateur ne compte qu'un seul intermédiaire maximum, et séduit chaque jour davantage.



- Vegan

Personne qui exclue autant que possible en pratique tout produit d'origine animale et adopte un mode de vie respectueux des animaux (habillement, loisirs, cosmétiques, loisirs, alimentation)  
Considération des animaux comme des individus humains.

5% des français sont végétarien ou vegan en 2017, 30% sont flexitarien, 50% voudraient augmenter leur consommation de produits végétaux. 46% de la population française souhaiterait que les restaurants proposent des plats vegans.

Le nombre de moyen de végétarien par ménage augmente fortement. De ce fait le marché de la viande baisse de 5% entre 2016 et 2017.

A l'inverse les produits végétaux ont une forte croissance, ainsi que les boissons végétales (+85% d'acte d'achat).

Si on peut devenir végétarien ou végétalien pour la santé ou l'écologie, le choix de devenir vegan est lui éthique, moral et même politique pour certains.

- Commerce équitable

Echange économique ou la partie la plus puissante s'engage à respecter les intérêts de la partie la plus dévaloriser, vise à améliorer les conditions de vie et le bien être des producteurs, en payant le meilleur prix en ayant une continuité dans la relation commerciale.

Donné un exemple de partenariat commerciale basé sur le dialogue, la transparence et le respect, protéger les droits humains en encourageant la justice sociale, l'environnement, la sécurité économique.

En 2018 le commerce équitable représente 8 milliards d'euro dans le monde, contre 1 milliard en 2003. En France il y a une augmentation de produits équitable consommés de 42% par rapport à 2013.



- BIO

Produits ou denrée issue de l'agriculture biologique, le mode de production est naturel et n'utilise aucun produit de synthèse comme les pesticides.

Le bio est de plus en plus présent dans la consommation, notamment avec la multiplication des magasins spécialisés. "Le chiffre d'affaires du bio en France ne s'est jamais aussi bien porté : 8 milliards d'euros en 2017 soit une hausse de 11,9% par rapport à 2016.

Consommer bio c'est surtout de choisir des produits de qualité respectueux de l'environnement, de la santé des hommes et des animaux, mais également de privilégier une alimentation de saison et locale.

Zéro déchet

Stratégie de réduction de la quantité des déchets produit par la civilisation industrielle. Grands principes : refuser, réduire, réutiliser, recycler et composter.

2) Éthique et santé

Le rapport soignant soignée

**1. Changement du rapport de pouvoir du soignant envers le patient**

Hier, Il existait vraiment un rapport d'autorité du médecin au patient.

Aujourd'hui la relation entre le patient et le médecin a complètement évolué, le patient est plus proche de son médecin. Tous ces changements sont dû à l'évolution des nouvelles technologies. En effet, internet s'est énormément développé. Lorsque nous avons mal quelque part nous allons le plus souvent d'abord sur internet puis après chez le médecin. (Ex : <http://www.doctissimo.fr/>).

Le médecin a une obligation d'information loyale et claire vis à vis de l'état de santé de son patient.



## C) Ethique et technologie

### 1) **L'évolution de la technologie, un pas vers l'évolution de l'éthique positif**

"Science sans conscience n'est que ruine de l'âme" RABELAIS.

La data est au centre des problématiques. L'humanité est devenue « un computer géant » dans lequel on élabore sans cesse « classements, palmarès, rankings, statistiques ».

- Amplification des relations entre les personnes (réseaux sociaux, téléphone portable, etc.)

Dans l'ère du multimédia nous assistons à une démocratisation des divers canaux de communication tels que les réseaux sociaux.

- Accès à l'information

Auparavant l'accès à l'information se cantonnait à la TV, Radio, et journaux, Dorénavant n'importe qui peut avoir accès à tous types d'information n'importe où et n'importe quand.

- A pu permettre la création de nouveaux marchés : e-commerce

De gros groupes tels que Amazon ou C-Discount se sont implantés aujourd'hui comme des leaders sur le marché des biens et services, venant concurrencer des entreprises implantées sur le marché physique depuis de nombreuses années.

- Développement des moyens de paiement

Les banques elles aussi suivent le mouvement de la digitalisation en permettant à leurs clients divers moyens de payer tels que des applications comme paylib avec laquelle nous pouvons payer grâce à notre téléphone. Mais aussi Applepay qui permet d'enregistrer sa carte bancaire sur son téléphone pour payer les commerçants en sans contact jusqu'à 30€.



- Digitalisation (e facture, signature électronique, paiement avec le téléphone)

Les clients sont aujourd'hui de plus en plus autonomes et les entreprises les poussent dans cette voie, il est aujourd'hui tout à fait possible de fonctionner avec un établissement de crédit exclusivement à distance. Cela s'appelle la relation client 2.0.

- La CNIL (la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés)

Elle accompagne les professionnels dans leur mise en conformité et aide les particuliers à maîtriser leurs données personnelles et exercer leurs droits. La mission de la CNIL est primordiale dans une ère où les usagers ne contrôlent pas leurs données.

## 2) **L'évolution de la technologie, un frein à la marche normale de l'éthique**

Non-respect sur certains points en vertu de la DDHC : liberté, égalité,

Nous constatons aujourd'hui un marché fructifiant autour des données personnelles des utilisateurs. L'entreprise mondialement connue Facebook est au cœur d'un scandale, le groupe est accusé de collecter les données de ses utilisateurs dans un but lucratif. Les données de nombreux utilisateurs sont collectées puis revendues à prix d'or illégalement.

- L'écologie (trop d'énergie consommée)

Internet est un énorme consommateur d'énergie. Un mail envoyé avec une pièce jointe représente l'équivalent d'une ampoule allumée pendant une heure. En 2016 on comptabilise 2700 milliards de mails envoyés.

- Protection de la vie privée



## D) L'évolution des modes de pensées

### 1) Vague de nouvelle génération

#### **Génération Y**

Personne née entre 1978 et 1994. Appelé : « Millénial » ou encore « digital native » car cette génération a grandi durant la montée en puissance de la digitalisation.

Ils sont 13 millions soit 21% de la population française.

#### **Evolution de la société**

- Génération qui n'a pas connu la guerre. Habitudes de consommation qui sont liés à la surconsommation et à l'obsolescence programmée.
- Génération consciente de l'impact écologique de notre société sur l'environnement.
- Les Y sont plus ouvert d'esprit concernant les sujets de sociétés tel que le mariage pour tous, car ils ont grandi dans un monde connaissant de fort changement (après révolution de 1968).
- L'évolution et les changements de la société sont plus facilement acceptés.
- **La génération Y n'est pas homogène, pas plus que les autres, mais le contexte dans lequel elle a grandi l'a doté d'éléments culturels communs.**

#### **Génération Z**

Après les générations X et Y, la génération Z a déjà commencé son entrée dans le monde du travail. Cette génération concerne les personnes nées après 1995. Cette génération n'a pas les mêmes rapports à l'entreprise que ses prédécesseurs. Cette génération est ultra connectée.



### **Comment cette génération est-elle perçue ?**

Cette génération est connectée depuis leur plus jeune âge. On les appelle les « hyper connectés ».

- Capable de prendre des décisions rapidement car ils vivent dans un monde pro actif.
- Génération ayant accès en direct et en continue aux informations. Ce flot d'informations les rendre vulnérables et facile à manipuler.
- Les opportunités professionnelles se créent par le réseau et non par les diplômes.
- Génération de 4C : créative, collaborative, connecté, confiante.

### **De nouveaux codes professionnels.**

Cette génération met en avant l'égalité avec des rapport direct et personnels avec leurs hiérarchies. La hiérarchie doit se rendre disponible, la confiance doit être présente et surtout cette génération prône l'enrichissement personnel par le feedback constructif.

Le monde du travail doit être un milieu en enrichissant. Cette génération prône l'entrepreneuriat ou le freelance. Ils sont multitaches  
« Le management va connaître rapidement des changements radicaux dans son organisation et sa gestion. »

## 2) L'éthique et l'évolution de la société française

### Les nouveaux modes de vie

Le mode de vie est la manière de vivre - d'être et de penser - d'une personne ou d'un groupe d'individus.

On parle de « l'ethos », c'est-à-dire un ensemble de principes qui règlent les conduites de vie, qu'il distingue de l'éthique en tant qu'ensemble de valeurs morales.

L'approche AIO (Activités, Intérêts, Opinions) est la démarche la plus répandue aux États-Unis.



### Les différents modes de vie :

- Façon d'être
- Façon de penser
- Façon de se comporter
- Façon de se divertir
- Le goût
- La sociabilité
- Les croyances et conviction
- Engagement et responsabilité

Ces modes vies sont regrouper dans 3 niveaux d'identification de style de vie :

- Valeurs et traits de personnalité
- Activité et attitudes
- Choix de consommation

Le style de vie se définit comme l'interaction de ces 3 niveaux.

D'après Max WEBER, le style de vie est un moyen d'affirmer son statut social.

### Les tendances actuelles :

Les français privilégient des activités nature, il évite les attractions avec des animaux (zoo), voyagent, choisissent des hébergements écologiques, soutiennent des commerces locaux, ils prennent des transports en commun, ils consomment moins d'eau, ...

Nous pouvons donc dire que les valeurs liées à l'environnement et le bien-être se développent.



Quelques conseils :

Privilégiez la qualité a la quantité.

Regardez les étiquettes (provenance)

Adopter une consommation durable

Recycler

Évitez les emballages.

Privilégier le fait main.

Faire attention aux matières naturelles.

Acheter d'occasion

Faire du covoiturage

Auto partage de voiture

Respect des règles

Faire des dons (quand on peut)

L'entraide

Consommer de façon durable

Les français préfèrent consommer moins mais mieux.

Cependant certaines valeurs restent partagées par tous « les bonnes mœurs », qui varient en fonction de la culture géographique.

Les nouveaux modes de vie tendent sur le bien - être, le souci environnemental et la cohésion.



### 3) **Ethique et parité & Culture**

Est-il possible de lier la similitude entre les personnes et leurs ensembles de conceptions morales ?

Depuis le début de l'antiquité l'homme s'arroge le pouvoir social, c'est celui qui possède la puissance paternelle. Ainsi la femme ne peut participer et vit dans l'ombre au cours des 1er siècles. Elle est déclarée comme mineure vis-à-vis de la loi.

Durant le courant de l'histoire, des figures emblèmes ont permis aux femmes d'arriver à la même parité que les hommes. Ces personnes ont su faire valoir leurs droits, s'émanciper et respectée à leur juste valeur pour leur être moral comme physique. Quelques exemples :

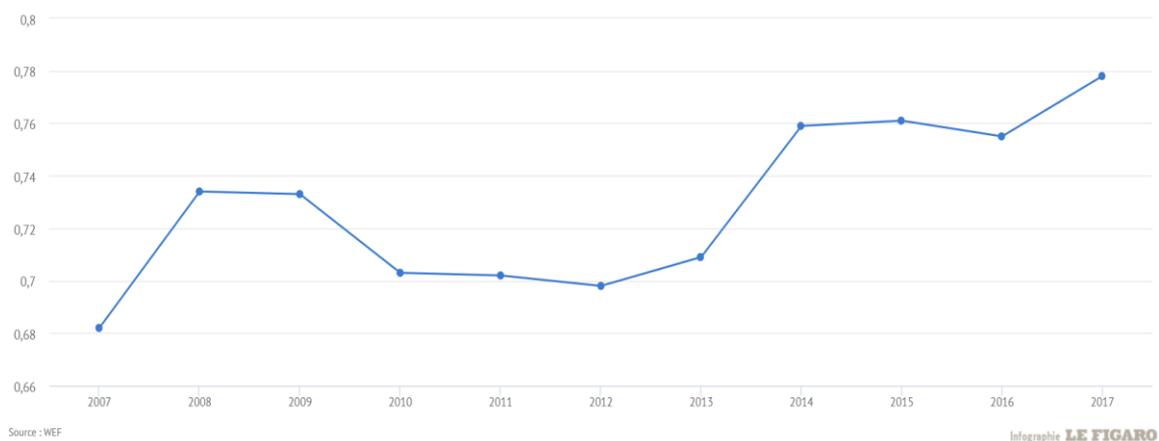
- Marie Curie, l'une des 1ères femmes à avoir reçu le prix Nobel de chimie en 1911 et de physique en 1903. Ayant marqué l'histoire de la science, elle est au Panthéon.
- Simone Veil elle est à la charge de faire adopter la loi du 17 janvier 1975 pour l'interruption volontaire de grossesse,

Tous ces mouvements ont permis petit à petit à rapporter la parité entre homme et femme, faire accorder le droit de vote aux femmes (1946) et restaurer une égalité qui a longtemps été mise de côté.

La France figure en 2016, 17e sur 144 pays dans le classement Global Gender Gap Report du Forum économique mondial. Elle passe à la 11e place du classement en 2017 notamment grâce à une bonne représentation des femmes au parlement.



## L'indice de parité de la France s'améliore



Malgré une évolution importante au fil des années, nous avons conscience qu'il faudra attendre encore des années avant que la femme puisse arriver à la même égalité que l'homme.

Toutefois, hommes et femmes ont ensemble trouvés un accord sur la culture française.

En effet nous le retrouvons dans :

- la langue française
- L'art
- Luxe
  
- Gastronomie
  
- Festival