

## ***La protection du patrimoine éthique, une question d'intelligence économique***

### ***Le point de vue de Philippe Clerc***

*Directeur de l'intelligence économique,  
Assemblée générale des Chambres françaises de commerce  
et d'industrie, ACFCI (France)*

*On oublie trop souvent qu'aujourd'hui le patrimoine éthique d'une entreprise est partie intégrante de son capital au même titre que la valeur de son savoir-faire, la compétence de ses ressources humaines ou le dynamisme de son marché. Un acheteur se détournera d'un produit ou d'un service dont l'image n'est pas conforme à sa conception personnelle des questions éthiques, sociales ou environnementales. Dans le même esprit, les marchés financiers sanctionnent dorénavant les entreprises dont le comportement éthique serait pris à défaut sur tel ou tel aspect. En cela, consommateurs et actionnaires conditionnent l'émergence de standards de comportements et de bonnes pratiques des affaires qui s'imposent progressivement comme une norme internationale, la « soft law ».*

*Or cette norme, ou « soft law », va au-delà des obligations de la loi. Ce que l'opinion internationale attend des entreprises sur les questions de corruption est à cet égard tout à fait significatif : on attend non seulement que celles-ci se conforment à la loi qui transpose la Convention anti-corruption de l'OCDE mais également qu'elles soient en mesure de démontrer qu'elles n'ont effectivement pas recours à des commissions indues sur leurs marchés internationaux. Il y a en quelque sorte une inversion de la charge de la preuve. La bonne foi de l'entreprise, ou son honnêteté silencieuse n'est dès lors plus suffisante. Il lui revient d'être en mesure de pouvoir démontrer à tout moment l'intégrité de son comportement et de ses procédures, d'où la multiplication des chartes, codes de conduite et autres dispositifs codifiant les engagements éthiques de l'entreprise.*

*De surcroît, le tribunal de l'opinion ne s'embarrasse pas d'enquêtes, de preuves, ni de débats contradictoires, il est prompt à juger sur une simple rumeur de corruption et à considérer que le moindre délai de réaction de l'entreprise est un aveu de culpabilité. Se doter de dispositifs d'intégrité qui soient visibles et auxquels on peut faire référence publiquement est dès lors fondamental car c'est un moyen efficace pour balayer une fausse allégation ou relativiser un accident de parcours.*

*Cela est d'autant plus important que, dans la guerre économique que se livrent les entreprises sur les marchés internationaux, certaines sans scrupules, peuvent avoir intérêt à déstabiliser un concurrent sur le front de l'éthique en montant en épingle telle ou telle affaire, voire en orchestrant une rumeur embarrassante. Il n'y a en effet rien de plus efficace pour divertir les responsables d'une entreprise de leurs priorités d'actions stratégiques que de mobiliser la direction sur des sujets qui font la une des médias. Répondre efficacement à l'attaque ne s'improvise pas. De même que les entreprises se sont progressivement armées pour défendre leur patrimoine technologique, leur savoir-faire innovant, leur information concurrentielle, il leur faut maintenant défendre avec la même vigueur et la même constance leur patrimoine éthique. Ainsi, les nouvelles méthodes de management des risques informationnels (désinformation, menaces sur les actifs immatériels...) constituent aujourd'hui des actions d'intelligence et de contre-intelligence économique indispensables pour la maîtrise de ces nouvelles vulnérabilités.*