

Sommaire

Préface	7
Avant propos	11

ENTRETIENS

« Marketing et responsabilité sociale : Pour une proposition de cadre conceptuel en termes de valeur(s), de réseaux et de ressources »	19
Hamid Aït-Ouyahia	
« Marketing, éthique et régulation »	25
Ignacio Cruz Roche	
« La responsabilité globale au cœur de la mission de la Caisse d'Épargne »	41
François Audibert	
« L'avènement du consommateur socialement responsable : quels enjeux pour l'entreprise »	49
Agnes François-Lecomte et Pierre Valette-Florence	
« Marketing et responsabilité sociale des entreprises : un pléonasme»	63
Georges Hénault	
« Ethique et responsabilité corporative »	75
Patrick Coignard	
« Ethique, management et marketing : une application dans le secteur de l'assurance »	87
François Lépineux	
« Le commerce équitable : petite cartographie des rives et dérives d'une innovation socio-économique »	101
Philippe Robert-Demontrond	
« Le Développement Durable au cœur de PRIMAGAZ »	115
Myriam Maestroni	
« Ethique et marketing : quels sont les devoirs et les limites de l'éthique pour les praticiens du marketing ? »	125
Donald P. Robin	

« Ethique et entrepreneuriat : les préoccupations liées à l'éthique ont-elles leur place chez les entrepreneurs, et plus particulièrement les créateurs d'entreprises »	137
Bertrand Saporta	
« L'éthique du chef »	149
Didier Mauroux	
« Marketing, spectacles artistiques et responsabilités privées et publiques ? »	159
Paul Taylor	
« Marketing, éthique et responsabilité sociale : Mousquetaires du roi ou gardes du cardinal »	169
Jean-François Trinquécoste	
« L'engagement de La Mondiale en matière de RSE »	183
André Renaudin	
Index	191
Présentation des auteurs	199