

Enquête de terrain en vue de la rédaction de la plateforme déontologique du Codeem

19 avril 2013

Philippe Descamps, Docteur en philosophie de l'Université de Paris-Sorbonne, post-doctorant
au CNRS, CERSES, UMR 8137

Plateforme déontologique

Rapport d'analyse sur les principes éthiques susceptibles d'orienter les délibérations du Codeem

1. Objectifs et orientations

1.1 Objectifs de l'enquête

1.2 Orientations retenues

2. Approche méthodologique

3. Analyse des chartes rédigées en français

3.1. Analyse des occurrences

3.1.1. Les Corrections à apporter

3.1.1.1. Les termes à ignorer

3.1.1.2 La prise en compte du contexte

3.1.1.3 Les valeurs à « restaurer »

3.1.1.3.1 Responsabilité

3.1.1.3.2 Engagement

3.1.1.3.3 Respect

3.2. Analyse du « nuage »

3.3 Analyse de l'arborescence

3.3.1 L'entreprise et la santé

3.3.2 La qualité et le médicament

3.3.3 Le service et la santé

3.3.4 La valeur, le patient et la qualité

3.3.5. L'action et la responsabilité

3.3.6. Le développement et la recherche

3.3.7. L'information et internet

3.3.8 Les parties prenantes

4. Analyse des chartes rédigées en anglais

4.1 Analyse du Cloud

4.2 Analyse du Tree

5. Conclusions

Annexe 1 : Liste des « chartes » en français analysées par le logiciel IRaMuTeQ

Annexe 2 : Liste des « chartes » en anglais analysées par le logiciel IRaMuTeQ

Annexe 3 : Recension lexicographique complète des textes français obtenue par IRaMuTeQ

Annexe 4 : Recension lexicographique complète des textes anglais obtenue par IRaMuTeQ

Annexe 5 : Textes français mis en forme et soumis à IRaMuTeQ

Annexe 6 : Textes anglais mis en forme et soumis à IRaMuTeQ

Annexe 7 : Distribution des occurrences en fonction du rang

Annexe 8 : Mise en regard des “trees” obtenus avec les textes anglais et français

Annexe 9 : Exemple de charte omise lors du repérage des textes

1. Objectifs et orientations

1.1 Objectifs de l'enquête

Nous rappelons ici la teneur du cahier des charges :

Objectif général

Elaborer une plateforme déontologique comprenant les principes directeurs et / ou les valeurs de la profession.

Ce texte servira à guider les délibérations du Codeem et, le cas échéant, à justifier ses décisions. Il devra être inclus dans le préambule des DDP et aura de ce fait un caractère opposable.

Objectif de la mission

Identifier les principes directeurs communs et / ou les valeurs communes figurant dans les « préambules » des chartes éthiques d'adhérents du LEEM.

« Commun » ne signifie pas seulement que tel mot est cité de façon récurrente, mais que le sens qui lui est donné est largement partagé.

In fine, l'objet de la mission est d'identifier les points d'accord et de désaccord sur les principes directeurs communs et / ou les valeurs susceptibles de figurer dans la plateforme.

1.2 Orientations retenues

L'idée de rédiger une « plateforme déontologique » pour le Codeem – c'est-à-dire un énoncé des valeurs et principes de comportement attendus des adhérents du Leem en vue d'orienter et de justifier les décisions du Codeem ne pouvait se concrétiser sans un examen attentif des principes et valeurs mis en avant et revendiqués par les diverses entreprises adhérentes au LEEM. C'est pourquoi, dans un premier temps, il nous a fallu explorer les sites web de ces entreprises afin de repérer et de recenser les principes déontologiques qu'elles invoquent.

Le grand nombre d'entreprises adhérentes au LEEM a constitué une première difficulté de taille pour la réalisation de ce travail. Le repérage et l'identification de leur site web ont donc été la première tâche à accomplir, tâche longue et supposant une certaine organisation mais nécessaire bien sûr. Après avoir exploré les sites internet de tous les adhérents du LEEM,

nous avons finalement retenu une trentaine de sites présentant ce qui pouvait faire office de charte déontologique (très exactement vingt-trois en français et sept en anglais).

Il s'est ensuite agi de repérer au sein de ces sites, la page qui présentait ce qui pouvait être assimilé à une charte déontologique. Ce qui n'est pas une tâche toujours facile à mener. Car les chartes ou esquisses de chartes ne sont pas toujours présentées comme telles et les laboratoires font usage d'une grande diversité de dénominations pour présenter et affirmer leurs principes déontologiques. En particulier certaines chartes nous ont échappées en raison de leur dénomination (cf. **Annexe 9** présentant le « Credo de Johnson & Johnson »),

Nous avons ainsi quelques titres parfaitement clairs et explicites : « Code d'éthique », « Code De Bonne Conduite », « Charte d'éthique », « Principes Ethiques », ...

Mais nous trouvons aussi des titres plus littéraires, plus personnels ou moins directs : « Notre Philosophie », « Notre Vision », « Notre Mission », « Notre Engagement/ Nos engagements », « Valeurs », « Nos Valeurs », « Les Valeurs de [*Nom de l'entreprise*] », ...

Il y a également des intitulés plus contextualisés : « Responsabilité D'entreprise », « Notre Engagement Pour [*les patients, les professionnels de santé, etc...*] », ...

Certaines entreprises font usage de ce qui pourrait être assimilé à des slogans : « Une R&D Innovante et Créatrice de Valeur »¹, « La Qualité, Notre Priorité », « Une Promesse pour la Vie », ...

Plus modestement, les principes éthiques et déontologiques de l'entreprise sont parfois exposés dans une tribune ou un éditorial rédigé par (ou au nom de) le président de l'entreprise. En ce cas, il faut chercher le « Mot » ou le « Message » du « Président ».

Enfin, sur les sites rédigés exclusivement en anglais, nous retrouvons la même distribution : « Mission and Values/Our Mission and Values », « Philosophy/Our Philosophy », « Ethics », « People come first at [*nom de l'entreprise*] », ...

¹ « R&D » signifiant « Recherche et Développement ».

Aussi n'est-il pas toujours aisé de repérer les déclarations d'intentions éthiques des entreprises et force est d'admettre que, pour qui souhaite recenser, lister, analyser et synthétiser l'ensemble des principes éthiques qui gouvernent les entreprises du médicament, la tâche n'est pas facile.

Mais il faut également insister sur un autre point. Lesdites « chartes » (ou assimilées) ne sont pas toujours d'un accès aisé ou immédiat. Ce qui peut surprendre d'ailleurs puisqu'elles insistent toutes – ou presque – sur le devoir de transparence, d'information du patient et l'exigence de visibilité. Or il faut parfois explorer longuement un site (ce que l'on peut mesurer en nombre de clics) pour trouver la note d'intention éthique. Nous ne saurions que conseiller aux présidents de ces entreprises ainsi qu'aux webmasters chargés de mettre en forme les sites, d'offrir un accès plus direct et moins fastidieux à leur charte.

2. Approche méthodologique

Une fois la recension des « chartes » effectuée, nous les avons enregistrées, compilées, réunies afin de les passer au crible d'un logiciel d'analyse lexicographique. En l'espèce, nous avons eu recours au logiciel IRaMuTeQ² dont nous devons dire un mot. IRaMuTeQ signifie « Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires ». Il s'agit d'un logiciel libre construit avec des logiciels libres, distribué sous les termes de la licence GNU GPL (version 2.0)³ et conçu à partir d'Alceste⁴ et de la classification hiérarchique de données textuelles élaborée par son créateur Max Reinert (ingénieur CNRS rattaché au Laboratoire Printemps [Professions, Institutions, Temporalités] UMR 8085, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, Guyancourt). Quant à « R », il s'agit d'un langage de programmation et d'un environnement mathématique utilisés pour le traitement de données et l'analyse statistique.

IRaMuTeQ permet de faire des analyses statistiques sur des corpus de textes (ainsi que sur des tableaux mais nous n'avons pas eu recours à cette fonctionnalité). Il recherche les spécificités d'un texte à partir de segmentations définies, offre des statistiques textuelles classiques et autorise l'analyse de similitude sur les formes pleines d'un corpus découpé en segments de texte. De manière lapidaire (et peut-être plus claire), le logiciel effectue une recension des

² Pour les informations concernant ce logiciel, voir : <http://www.iramuteq.org/>

³ Licence publique générale, pour en voir les termes cf. <http://www.gnu.org/licenses/gpl-2.0.html>

⁴ Pour une présentation d'Alceste, voir : <http://reperer.no-ip.org/Members/snetto/presentation-du-logiciel-alceste-mercredi-17-05-06.ppt>

occurrences (en privilégiant les substantifs et les adjectifs) tout en tenant compte des cooccurrences et des proximités entre les termes. Les résultats fournis ne constituent nullement une analyse de texte ni une réponse directe à la question qui est présentement la nôtre mais une base substantielle et quantifiée permettant d’asseoir et d’étayer notre l’analyse. Le logiciel offre en outre des représentations graphiques synthétisant l’analyse qui ont le mérite d’offrir une vue d’ensemble intuitivement accessible de l’univers lexical du corpus étudié. Nous en donnons des exemples dans les pages qui suivent en les commentant.

Avant de proposer un corpus à IRaMuTeQ, il est nécessaire de préparer le texte. Pour l’essentiel, il s’agit d’harmoniser les polices, les mises en forme diverses (paragraphe, etc...), de nettoyer le texte en un mot (de tout lien hypertexte, des puces, etc...). Il faut en outre introduire des variables permettant d’ignorer dans l’analyse toute une série de mots très récurrents mais non pertinents comme les conjonctions, les adverbes, les articles (le logiciel risque sans cela de considérer que le mot « et » est le plus important puisque le plus utilisé, comme c’est le cas, par exemple, dans la Bible⁵). Nous donnons plus bas (**Annexe 5** et **Annexe 6**), les textes bruts qui ont été soumis au logiciel.

Il faut souvent procéder à une grande quantité d’essais avant d’obtenir des résultats satisfaisants tels ceux, nous l’espérons à tout le moins, que nous présentons dans ce qui suit. En outre IRaMuTeQ propose trois mises en forme d’analyse textuelle : la liste décroissante des occurrences, le « nuage » et l’arborescence. Nous les présentons toutes les trois ci-dessous en tentant d’en tirer les informations essentielles et en précisant les limites de ces analyses, tout en essayant d’y apporter les corrections nécessaires.

3. Analyse des chartes rédigées en français

3.1. Analyse des occurrences

IRaMuTeQ propose tout d’abord une liste par ordre décroissant d’occurrences des termes utilisés. Le classement fournit déjà quelques informations sur les termes importants et mis en avant dans ces « chartes » (nous présentons en **Annexe 3** le tableau complet produit par IRaMuTeQ). Cette liste est certes tout à fait utile mais on ne peut se contenter de considérer que le nombre d’occurrences puisse, sans analyse supplémentaire, constituer la priorité des valeurs mises en avant par les chartes.

⁵ C’est là une des questions bien connues du Trivial Pursuit.

3.1.1. Les Corrections à apporter

3.1.1.1. Les termes à ignorer

Si nous reprenons par exemple les vingt premiers termes de la liste :

entreprise, collaborateur, qualité, santé, site, valeur, patient, médicament, médical, engagement, professionnel, objectif, mettre, développement, public, produit, responsable, responsabilité, respect, information

Il apparaît immédiatement qu'il serait absurde d'en conclure directement une échelle de valeur. Le verbe « mettre » et le substantif « site » n'ont évidemment aucunement à figurer dans une liste de valeurs mises en avant. Plus même en faisant une telle coupe (en s'en tenant aux vingt premiers termes), on omet de considérer certains termes très importants qui n'apparaissent que plus tard dans la liste comme : « travail », « action », « vie », « service », « éthique », « société », « communication », et sur lesquels une étude des valeurs doit s'attarder.

3.1.1.2 La prise en compte du contexte

De manière moins évidente, il convient de noter que la nature des textes étudiés entraîne nécessairement l'utilisation abondante de termes et qu'il s'agit donc de lire en les remettant dans leur contexte d'origine. Ainsi les premiers termes qui apparaissent sont-ils « entreprise » et « collaborateur ». Et ils viennent nécessairement en tête de puisque précisément ces « chartes » émanent des entreprises elles-mêmes. Aussi faut-il d'emblée noter que, pour ce qui est de la rédaction de la future plateforme déontologique du Codeem, ces termes auront nécessairement une moindre importance (même s'ils conserveront une réelle valeur bien sûr). Parallèlement, ce sont les mots « qualité » et « santé » qui apparaissent ensuite et nous savons par avance que ces deux valeurs devront absolument être mises en avant.

3.1.1.3 Les valeurs à « restaurer »

Enfin, il convient de prendre garde à ce que nous pourrions appeler un effet de morcellement ou de diversification dans l'expression d'une seule et même valeur. Le logiciel n'est pas capable de repérer cet effet et seule l'analyse manuelle permet de restaurer certaines valeurs qui, sans cela, pourraient paraître secondaires (et qui ne le sont précisément pas). Nous en avons repéré trois : la responsabilité, l'engagement et le respect, trois notions qui sont

également des concepts parfaitement usuels en philosophie morale. Mais il ne s'agit pas ici de nous référer à l'histoire de la philosophie pour définir ces termes et nous préférons nous centrer sur les textes étudiés pour tenter de saisir le sens qui leur attribué.

3.1.1.3.1 Responsabilité

Ainsi nous trouvons en dix-septième et dix-huitième place dans la liste hiérarchique décroissante des occurrences les termes « responsable » et « responsabilité », un adjectif et un substantif présentant chacun seize occurrences. Or, nous avons ici affaire à la même valeur, renvoyant à la notion de responsabilité, très invoquée dans les chartes et qui semble absolument centrale. Nous pouvons donc ici considérer que nous avons affaire à trente-deux occurrences, ce qui mettrait le terme « responsabilité » en troisième position dans la liste. Et de fait, la simple lecture attentive des textes recensés suffit à comprendre que la notion de responsabilité est centrale dans ces déclarations de principe. On retrouve ainsi très fréquemment l'expression « responsabilité d'entreprise » ou encore « activité responsable », « responsabilité sociale », responsabilité environnementale », « responsabilité éthique », parfois même des expressions surprenantes comme cette entreprise qui se présente comme « communication responsable »⁶, « positionnement responsable de l'entreprise »⁷. Le terme est par ailleurs fortement lié à celui de « valeur » (on trouve par exemple cette phrase particulièrement signifiante à notre sens : « Ces valeurs reflètent notre responsabilité envers les patients, les employés et la société »⁸). Ce qui suggère que cette notion de responsabilité pourrait bien être la première valeur des entreprises du médicament.

Il convient donc de s'arrêter un instant sur cette notion centrale de responsabilité. Et en premier lieu parce qu'elle peut paraître par moment un peu floue et définie de manière seulement approximative. A la lecture des diverses chartes on comprend l'attachement des entreprises à ce concept et tout à la fois l'incertitude quant à l'explicitation précise et parfaite de la notion. Qu'entend-on en effet par « responsabilité » ? Que signifie exactement « être responsable » pour une entreprise du médicament ?

⁶ Novo Nordisk.

⁷ Pfizer.

⁸ Grünenthal.

Notons tout d'abord que le terme « responsable » semble en soi affecté d'une forte valeur morale. On peut éventuellement y voir également un effet de mode, mais nous pensons que la raison de ce crédit accordé au terme est plus profonde. En effet, la responsabilité invoquée dans les textes est diverse : il s'agit tout à la fois d'une responsabilité à l'égard du patient, des professionnels de la santé, de la société en général et de l'environnement (éventuellement à l'égard des générations futures). Et on ne peut manquer de repérer ici la marque et l'influence de la pensée du philosophe Hans Jonas qui a tant influencé depuis quelques décennies la réflexion morale et la pensée écologique en proposant une refondation de l'éthique sur cette notion de Responsabilité⁹. Dans *Le principe Responsabilité*¹⁰ met en place une pensée de l'éthique en rupture avec les fondements de la morale kantienne (principalement en reformulant l'impératif catégorique tel qu'il est construit dans les *Fondements de la métaphysique des mœurs*¹¹ et analysé dans la *Critique de la raison pratique*¹²) pour répondre aux attentes de la civilisation technologique dans laquelle nous vivons en tenant compte du danger que représente la technique pour la survie du genre humain (Jonas parle plus volontiers d'« espèce humaine ») et en posant les principes (fondés par ailleurs sur une métaphysique de la nature toute critiquable¹³) d'une éthique soucieuse de l'environnement, de la nature, des futures générations. Il pose ainsi comme premier fondement de l'éthique la nécessité de se représenter les possibles préjudices que toute activité industrielle peut porter à l'environnement (comme par exemple le rejet de produits toxiques dans la nature) et aux futures générations (comme par exemple la consommation de produits favorisant les dispositions à certaines maladies, génétiques comme épigénétiques) afin de les anticiper et,

⁹ Nous ne prétendons nullement que l'influence de Hans Jonas soit directe ou encore que les rédacteurs de ces chartes soient jonassiens. Il se trouve simplement que nous avons pu constater à maintes reprises et dans maints travaux (concernant en particulier le droit de la bioéthique) l'empreinte, parfois et même souvent inconsciente, de ce philosophe sur la réflexion morale tant en France qu'au niveau international et en particulier dans le discours écologique.

¹⁰ JONAS, Hans, *Le principe Responsabilité. Une éthique pour la civilisation technologique*, Paris, Champs, Flammarion, 1995.

¹¹ KANT, Emmanuel, *Métaphysique des mœurs*, tome 1, *Fondation de la métaphysique des mœurs, Introduction à la Métaphysique des mœurs*, trad. fr. A. Renaut, Paris, GF-Flammarion, 1994.

¹² KANT, Emmanuel, *Critique de la raison pratique*, trad. fr. F. Picavet, Paris, Quadrige, PUF, 1989.

¹³ Cf. DESCAMPS, Philippe, « Naturaliser la morale, moraliser la nature : le tournant bioéthique de l'éthique de la discussion », in (collectif) *La Morale humaine et les sciences*, Paris, Editions Matériologiques, 2011, pp. 169-190 ; Cf aussi DESCAMPS, Philippe, « Les technosciences face à l'éthique » in L. Thiaw-Po-Une (dir.), *Questions d'éthique contemporaine*, Paris, Stock, 2006, pp. 710-730.

par conséquent, de tout faire pour les limiter ou, mieux, de les éliminer ; et c'est ainsi qu'il définit la notion de Responsabilité¹⁴.

En ce qui concerne plus directement les entreprises du médicament, les raisons qui expliquent l'attachement à cette notion de responsabilité dans les chartes d'éthique sont aisément identifiables et parfaitement compréhensibles. Par là, les entreprises du médicament rappellent qu'elles ne sont pas des entreprises comme les autres car elles ont en charge la fabrication de produits destinés à préserver ou à restaurer la santé des patients et leur collaboration étroite avec les professionnels de la santé et le monde médical les incitent nécessairement à une plus grande vigilance déontologique (et ce traditionnellement puisque les entreprises du médicaments fabriquent des produits qui seront prescrits par des professionnels dont l'activité est en toute circonstance soumise au serment d'Hippocrate). Comme, par ailleurs et ainsi que nous l'avons souligné en rappelant la référence à Hans Jonas, le souci pour l'environnement, et les liens qui relient ce souci avec la santé, est croissant depuis quelques décennies, on comprend aussi aisément pourquoi les entreprises du médicament mettent en avant cette notion de responsabilité. Par conséquent, il faudra tenir compte de ce fait pour la rédaction de la plateforme déontologique du Codeem.

3.1.1.3.2 Engagement

Il y a dans l'analyse proposée par le logiciel un autre cas de ce que nous avons appelé un effet de morcellement ou de diversification dans l'expression d'une seule et même valeur. Cas d'autant plus intéressant qu'il est fortement lié à la notion de responsabilité. Il s'agit de la notion d'engagement. Le terme « engagement » lui-même compte vingt occurrences dans les textes étudiés, auxquelles s'ajoutent les treize occurrences du verbe « s'engager », ce qui donnent trente-trois références ou renvois à la notion d'engagement. Cela n'a de fait rien d'étonnant. Rappelons en effet que la démarche elle-même consistant à rédiger une charte ou à affirmer des principes éthiques est en soi une forme d'engagement. Par ailleurs, la notion d'engagement est directement corrélée à celle de responsabilité. De manière générale et abstraite en effet, le fait d'avoir une responsabilité (qu'il s'agisse du fait d'être potentiellement à l'origine d'un préjudice ou du fait d'avoir la charge d'améliorer la santé des patients) appelle un engagement : celui d'honorer précisément cette responsabilité. Nous pourrions d'ailleurs considérer que tous les textes étudiés sont, quant à leur nature déclarative,

¹⁴ En tant que principe, il est d'usage d'écrire le mot responsabilité avec une majuscule.

des expressions de l'engagement des entreprises à l'égard des responsabilités qu'elles reconnaissent ou affirment avoir.

Significativement, on trouve fréquemment les termes « engagement » et « responsabilité » au sein de la même phrase voire de la même expression. A titre d'exemple citons les propositions suivantes : « un engagement permanent en faveur d'activités responsables »¹⁵, « Nous assumons notre responsabilité sociale et nous nous engageons dans de nombreux endroits du monde »¹⁶, « l'engagement de responsabilité »¹⁷, « engagement n°2 : inciter les publics auxquels on s'adresse à des comportements responsables »¹⁸.

3.1.1.3.3 Respect

Soulignons un dernier cas de morcellement ou de diversification dans l'expression d'une seule et même valeur car il nous semble lui aussi parfaitement révélateur de la teneur de ces chartes et lui aussi en lien, certes moins étroit que le précédent, avec la notion de responsabilité. Il s'agit de la notion de respect à laquelle renvoient le substantif (seize occurrences) et le verbe « respecter » (huit occurrences) ainsi que l'adjectif « respectueux » (1 occurrence) : la notion est donc présente vingt-cinq fois dans les textes. Son usage est assez divers : « le respect des principes directeurs qui définissent l'entreprise »¹⁹ ; « le respect de l'éthique et des convenances »²⁰ ; « respectueux de la société et de l'environnement »²¹. Mais elle est toujours liée ou proche des deux précédentes notions évoquées, savoir la responsabilité et l'engagement. Et les entreprises, pour le dire de manière synthétique, s'engagent à respecter les valeurs qui émanent de leur responsabilité à l'égard du patient, des professionnels de santé et de l'environnement ; plus globalement encore à l'égard de la société en général et des règles juridiques qui l'encadrent²².

3.2. Analyse du « nuage »

A partir du tableau des occurrences, IRaMuTeQ propose également une présentation de la liste hiérarchique des termes employés sous forme de « cloud » (nuage). L'intérêt de cette

¹⁵ Actelion

¹⁶ Bayer

¹⁷ Biogen Idec

¹⁸ Pfizer

¹⁹ Alcon

²⁰ AstraZeneca

²¹ Baxter

²² Le terme « juridique » n'apparaît jamais dans les « chartes », en revanche nous retrouvons de façon récurrente les termes « normes » et « réglementation » qui renvoient au champ lexical du droit.

taille et à leur disposition) en analysant la liste hiérarchique des occurrences. Mais au-delà de l'intérêt visuel, le *Cloud* n'apporte pas beaucoup d'informations supplémentaires.

3.3 Analyse de l'arborescence

C'est pourquoi la présentation la plus intéressante est sans nul doute l'« arborescence ». Car le logiciel ne se contente plus ici de recenser et de compter les termes employés, il tient également compte des cooccurrences et de la proximité des termes. Le graphique permet ainsi de se faire une idée plus précise de la teneur des chartes en mettant en relation les termes importants :

L'étude minutieuse des liens de l'arborescence permet :

- 1° de retrouver les expressions constituées de plusieurs mots les plus fréquemment enregistrées ;
- 2° d'établir des liens entre les concepts utilisés ;
- 3° de faire apparaître plus clairement les valeurs que mettent en avant les entreprises du médicament.

Dans ce qui suit nous proposons une série de couples de concepts fortement liés en tentant d'établir une topographie lexicale dans lesquelles les valeurs mises en avant par les entreprises du médicament devrait apparaître.

3.3.1 L'entreprise et la santé

L'entreprise du médicament se présente comme une entreprise entièrement dédiée à l'amélioration et à la conservation de la santé. Les liens directs entre la représentation de l'entreprise et la notion de santé sont très souvent, comme on peut le voir sur le graphique, médiatisés par la référence au produit, c'est-à-dire en l'occurrence le médicament. Produit qui est quant à lui fortement lié à la notion de nouveauté, ce en quoi les entreprises s'engagent dans la recherche et le développement innovant, mais aussi à la notion de solution puisque les entreprises du médicament entendent, par la recherche et l'innovation, apporter des solutions thérapeutiques aux diverses affections. Dans l'environnement de la santé, certains termes apparaissent préférentiellement, ce qui nous incite à suggérer que les entreprises du médicament s'engagent à favoriser la santé du patient avec un souci d'équité (en utilisant notamment la notion de service) et en revendiquant les valeurs de travail, de qualité, de scientificité et de conscience professionnelle.

3.3.2 La qualité et le médicament

La proximité des termes « qualité » et « médicament » est également suggestive. Dans son environnement on trouve de manière récurrente les idées d'innovation, d'amélioration (continue), de sécurité et d'exigence. Cela nous suggère que les entreprises du médicament s'engagent à une amélioration constante et continue de la qualité des médicaments et cela au bénéfice de la société tant au plan national qu'international.

3.3.3 Le service et la santé

Voici encore un autre « nœud » très serré. Comme nous l'avons mentionné plus haut, les entreprises du médicament semblent insister sur le fait qu'elles sont « au service de la santé » la santé est considérée par elles comme un *service public* (le mot « public » est très proche du nœud « service »). Tout se passe comme si, sans nier évidemment que les entreprises du médicament tirent de réels bénéfices de la production de médicaments, celles-ci tenaient à rappeler qu'elles n'oubliaient jamais que la production de médicaments (et plus encore la recherche innovante en l'espèce) ne pouvait se réduire à un simple commerce. D'où cette insistance sur la notion de service et la récurrence de l'idée de mission. Parallèlement, elles mettent en avant leurs compétences professionnelles en la matière, leur exigence de qualité et même d'excellence, avec un souci de respect de l'environnement et la volonté de favoriser un accès équitable aux soins au niveau mondial.

3.3.4 La valeur, le patient et la qualité

Le patient est, sur le graphique, entouré et encadré par les notions de valeur et de qualité. Parmi les valeurs mises en avant, nous trouvons principalement la confiance, la proximité, l'humanité. Du côté de la qualité, nous trouvons la garantie et la volonté d'amélioration. Ainsi les entreprises du médicament semblent-elles s'engager à considérer le patient presque comme un partenaire dont elles doivent gagner la confiance en garantissant la qualité de leurs productions et qu'elles considèrent toujours et avant tout comme un être humain dont il convient d'améliorer le bien-être.

3.3.5. L'action et la responsabilité

Agir, pour une entreprise du médicament consciente qu'elle est l'un des premiers acteurs de la santé publique, c'est avant toute autre chose fournir des solutions thérapeutiques à la société. C'est pourquoi l'expression d'« action responsable » est très souvent employée (Cf. ce que nous avons exposé plus haut sur la notion de responsabilité) en corrélant cette notion d'action responsable à l'exigence de transparence de l'information, de volonté de communication et le souhait de mener des campagnes de sensibilisation auprès du public sur les divers sujets concernant la santé.

3.3.6. Le développement et la recherche

La recherche et le développement se trouvent, dans l'arborescence que nous avons présentée, fortement liée et très proche du terme central qu'est l'entreprise. Tout se passe comme si en définitive, il était de l'essence même de l'entreprise de favoriser, d'encourager et de contribuer à la recherche et au développement. Toutefois, chaque fois que ce thème est abordé, les entreprises du médicament tiennent à souligner que ce souci n'est pas seulement motivé par la compétitivité, loin de là. Favoriser le développement et investir dans la recherche fait certes partie de l'objectif principal d'une entreprise qui entend faire montre de son excellence et de ses performances, mais les entreprises du médicament insistent dans le même temps sur le fait qu'elles envisagent ce développement dans le respect de l'environnement, avec la volonté de prôner avant tout le développement durable (l'expression apparaît onze dans le corpus étudié) et de mener leurs recherches uniquement pour améliorer la santé.

3.3.7. L'information et internet

Le lien établi entre les deux termes montre clairement une volonté d'assurer la plus grande transparence possible concernant la production, la mise en circulation, et la fiabilité des médicaments. En outre, la notion d'information est fortement dépendante de l'internet qui est souvent présenté comme le media permettant l'accès le plus large et le plus équitable possible à l'information. A ce titre, on ne peut qu'inciter les webmasters des sites des entreprises concernées à faire tous les efforts nécessaires pour faciliter l'accès à l'information et en particulier l'accès aux chartes d'éthique (voir notre commentaire dans la section « Objectifs et orientations »).

3.3.8. Les parties prenantes

Le logiciel d'analyse lexicographique ne dit pas tout et force est de constater que l'algorithme qu'il utilise présente, malgré son incontestable efficacité, quelques lacunes qui ne peuvent être comblées que par une analyse plus traditionnelle (ou humaine). Ainsi en est-il de certaines expressions et notamment d'une expression très importante dans les « chartes », à savoir celle de « parties prenantes » (on en trouve quatre occurrences dans les textes en français et sept occurrences pour le terme « stakeholders » dans les textes anglais). Notons que la notion apparaît plus facilement en anglais parce qu'elle s'exprime avec un unique mot : « stakeholders ». Les « chartes » insistent quoi qu'il en soit sur cette expression et tiennent à

rappeler que l'activité des entreprises du médicament ne se peut concevoir sans la collaboration ou l'implication d'un certain nombre de protagonistes avec lesquels lesdites entreprises entendent entretenir des relations de confiance, de transparence et de respect. Ces protagonistes sont les patients, les professionnels de la santé, les autres entreprises (concurrentes ou non) du médicament. On ne trouve en revanche dans ces « chartes » pas de mention des autres parties prenantes pourtant évoquées par le Leem qui a créé un Comité des parties prenantes très actif (le COPPEM)²³.

4. Analyse des chartes rédigées en anglais

Nous serons beaucoup plus succincts pour l'analyse des chartes rédigées en anglais. Nous avons pu constater en effet une grande similitude entre les chartes françaises et anglaises et nous insisterons en conséquence uniquement sur les points de divergence.

Il faut d'emblée signaler que les textes anglais font un usage beaucoup plus courant que les français des termes « *Mission* » et « *Philosophy* ». Pour le premier, nous avons souligné l'importance qu'avait la notion de mission dans les textes rédigés en français. Mais il se trouve que les anglo-saxons l'utilisent préférentiellement pour le titre de leur charte, ce qui est en soi déjà une déclaration d'intention qui ne nous semble pas inintéressante. Le simple fait de parler de se servir du terme de « mission » dans l'intitulé des chartes témoigne d'une volonté de mettre en avant une certaine exigence éthique et de manifester une forme d'engagement. Quant au terme « *Philosophy* », nous savons que les anglophones en font usage avec moins de prudence que les francophones et que le terme finit par se banaliser en anglais et qu'en devenant à ce point vernaculaire il perd de sa force et de sa spécificité.

Nous avons donc également fait tourner le logiciel sur le corpus de chartes rédigées en anglais et présentons ci-dessous, à la suite l'une de l'autre les deux présentations graphiques (le « *cloud* » et le « *tree* ») :

²³ <http://www.leem.org/article/les-entreprises-du-medicament-l-ecoute-de-societe>

4.1 Analyse du *Cloud*



Figure 3

La comparaison texte anglais/texte français, est en soi assez intéressante. On remarquera en effet que le terme « *value* » (« Valeur ») est celui qui revient le plus fréquemment dans les « chartes » anglophones alors que dans les textes en français, il n'arrive qu'en sixième place, derrière, entre autres, les termes « entreprise », « collaborateur », « santé », « qualité ». Un

autre élément marquant mérite un court commentaire. Si les chartes rédigées en anglais comme en français insistent également beaucoup sur le terme de « patient », les chartes anglaises mettent en avant la notion de « personne », ce que ne font pas les chartes françaises. Il ne s'agit pas d'en conclure que les anglo-saxons ont une notion différente des francophones du concept de patient, mais il nous fallait souligner ce trait particulier et cette insistance des anglo-saxons qui semblent ne pas vouloir considérer le patient uniquement en tant que patient mais toujours aussi comme *personne*. Cette dernière remarque pourrait être profitable à la rédaction à venir de la plateforme déontologique du Codeem.

4.2 Analyse du Tree

La représentation en arbre est également intéressante du point de vue des liens qui sont privilégiés chez les anglo-saxons.

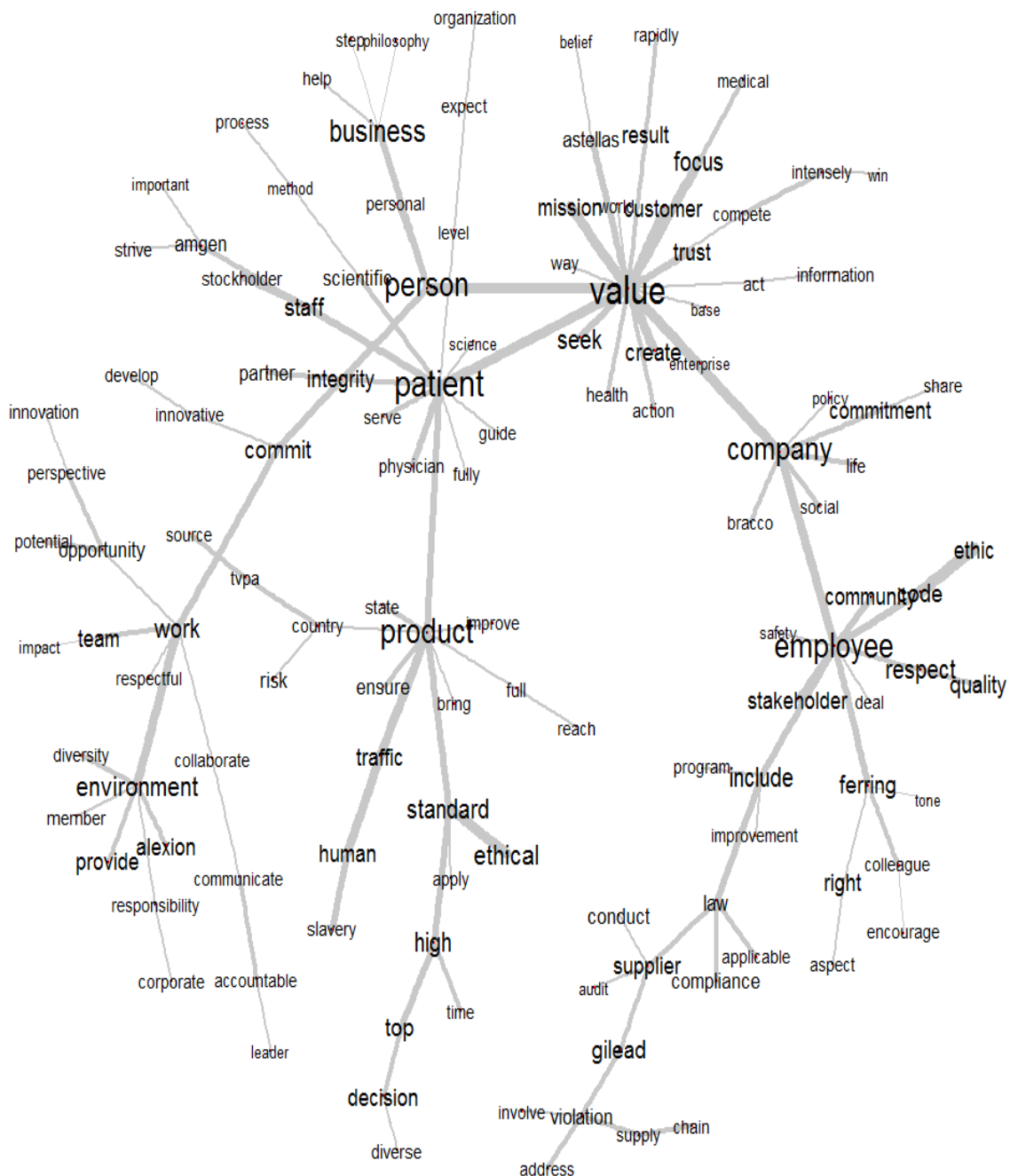


Figure 4

Là encore, et plus précisément qu'avec la lecture du cloud, nous pouvons constater une très forte corrélation entre les trois termes « *Value* », « *Patient* » et « *Person* », les anglo-saxons semblant réitérer perpétuellement leur volonté de considérer la personne et non simplement le patient affecté d'une pathologie particulière qui focaliserait à elle seule toute l'attention des producteurs de médicaments.

Notons enfin, toujours dans la perspective de souligner uniquement les différences flagrantes entre les textes français et anglais, que la notion de responsabilité est beaucoup moins mise en avant chez les anglo-saxons et qui plus est presque exclusivement en lien avec l'environnement. Il semble que les chartes anglaises ne conçoivent la responsabilité que dans le cadre d'une préoccupation écologique en la liant principalement à l'exigence de développement durable.

5. Conclusions

Il nous semble important, à l'issue de ces analyses lexicographiques, de suggérer quelques grandes lignes en vue de la rédaction de la future plateforme déontologique du Codeem:

Un tel texte se doit il nous semble de mettre en avant la première et principale mission de l'Entreprise du médicament, à savoir l'amélioration de la santé du patient. Suivant l'exemple des textes anglo-saxons, il nous semblerait opportun de souligner le fait que les Entreprises du médicament s'engagent à contribuer à la santé du patient dans le respect de l'autonomie, la vie privée et la liberté de la personne.

Chaque Entreprise doit s'assurer de la pérennité de ses activités et favoriser l'accès équitable à ses produits.

Les Entreprises du médicament doivent également s'engager à favoriser (et à investir dans) la recherche thérapeutique afin de contribuer à l'innovation médicale tout en respectant les règles déontologiques médicales et l'environnement.

Les Entreprises du médicament se soumettent au devoir de transparence, en fournissant toutes les informations nécessaires concernant les produits qu'elles fabriquent et commercialisent. En particulier, elles doivent donner toute information nécessaire concernant l'impact sur l'environnement de la fabrication de leurs produits. Ce devoir de transparence entraîne celui de disponibilité à l'endroit des autorités publiques (tant nationales qu'internationales) afin de

leur fournir dans les meilleurs délais toute information pertinente au sujet de leurs produits et des modalités de leur fabrication.

Les Entreprises du médicament s'engagent à entretenir et favoriser des relations harmonieuses avec les professionnels de santé.

Les Entreprises du médicament s'engagent à entretenir entre elles des relations cordiales et à s'en tenir à une concurrence loyale et honnête.

Les Entreprises du médicament réunies au sein du LEEM s'engagent à œuvrer pour diffuser et faire connaître le plus largement possible les principes éthiques auxquels elles adhèrent.

En concluant ce rapport, nous voudrions souligner à nouveau les points forts que nous avons relevés. Nous avons tout d'abord remarqué la récurrence et la forte prégnance de trois termes à forte teneur morale : responsabilité, engagement et respect. En outre, nous avons repéré quelques liens privilégiés entre nombre de concepts que nous souhaitons ici rappeler : l'entreprise et la santé ; la qualité et le médicament ; le service et la santé ; la valeur, le patient et la qualité ; l'action et la responsabilité ; le développement et la recherche ; l'information et internet ; les parties prenantes. Ces notions et ces liens devraient par conséquent se retrouver dans la rédaction de la plateforme déontologique du Codeem.

Annexe 1

Liste des « chartes » en français analysées par le logiciel IRaMuTeQ

[Nous donnons également les liens hypertextes pour information]

1	Abbott	http://www.abbott.fr/mieux-connaître-abbott/une-promesse-pour-la-vie/
2	Actelion	http://www1.actelion.fr/fr/notre-entreprise/gouvernance/responsabilite-d-entreprise.page
3	Addmedica	http://www.addmedica.com/Mot-du-president
4	Alcon	http://www.alcon.fr/a-propos-alcon/
5	AstraZeneca	http://www.astrazeneca.fr/responsabilite/ethique
6	Baxter	http://www.baxter.fr/entreprise_citoyenne/developpement_durable/engagement_baxter.html
7	Bayer	http://www.bayer.fr/environnement-engagement
8	Biogen Idec	http://www.biogenidec.fr/principes_ethiques.aspx?ID=11522
9	Bristol-Myers Squibb	http://www.bmsfrance.fr/IMG/pdf/bms_8_engagements-bilan_3_ans.pdf
10	Chiesi France	http://www.chiesi.fr/nos-valeurs
11	Galderma	http://www.galderma.com/LinkClick.aspx?fileticket=a%2fAyOl6rdbk%3d&tabid=146
12	GlaxoSmithKline	http://www.gsk.fr/gsk/gsk_france/index.html
13	Grünenthal	http://www.grunenthal.fr/grt-web/Laboratoires_Grunenthal_SAS/A_propos_de_nous/Valeurs/231500139.jsp;jsessionid=8CD23420CD970BF32DC3AE71ACD7BABA.drp2
14	Lundbeck	http://www.lundbeck.com/fr/a-propos-de-lundbeck/groupe-lundbeck/notre-philosophie
15	Menarini	http://www.menarini.fr/menarini-france/menarini.php
16	Mundipharma	http://www.mundipharma.fr/fr/module/10703/29/1/mot_daccueil_du_drh
17	Novartis	http://www.novartis.fr/a-propos/notre-vision.shtml
18	Novo Nordisk	http://www.novonordisk.fr/documents/article_page/document/Changing_di

		abetes.asp
19	Pfizer	https://www.pfizer.fr/responsabilite.aspx
20	Roche	http://www.roche.fr/home/a_propos_de_roche/Mission.html
21	Sandoz	http://www.sandoz.fr/02_produits/qualite.shtml
22	Sanofi	http://www.sanofi.com/notre_groupe/notre_engagement/notre_engagement.aspx
23	Sanofi Aventis	https://www.google.fr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=OCDEQFjAA&url=http%3A%2F%2Freportingrse.sanofi.com%2Fcx%2Ffr%2Fdownload.jsp%3Ffile%3D7B2632A3-AC45-46B3-BC17-8FBC97F6F645.pdf&ei=csVnUdmlKuXK0QXa2YCoBg&usg=AFQjCNHFGLUyekFieleANebYgdqIV3QMh_Q&sig2=a3IGZcA1qvYSGygstYufdw&bvm=bv.45175338,d.d2k

Annexe 2

Liste des « chartes » en anglais analysées par le logiciel IRaMuTeQ

[Nous donnons également les liens hypertextes pour information]

1	Alexion	http://www.alxn.com/Careers/Policies.aspx
2	Allergan	http://www.allergan.com/about/mission_values.htm
3	Amgen	http://www.amgen.com/about/mission_values.html
4	Astellas	http://www.astellas.eu/aboutastellas/philosophy/
5	Bracco	http://www.bracco.com/pdf/Codice%20Etico_BRACCO%20GROUP_eng.pdf
6	Ferring	http://www.ferring.com/en/about-us/philosophy.aspx
7	Gilead	http://www.gilead.com/ethics

Annexe 3

Recension lexicographique complète obtenue par IRaMuTeQ sur les textes en français

[Légende : nom=nom ; adj=adjectif ; ver=verbe ; nr=nom propre ; adv=adverbe. Le terme est suivi du nombre d'occurrences et de la classe de mot à laquelle il appartient]

entreprise	42	nom
collaborateur	37	nom
qualité	31	nom
santé	29	nom
site	26	nom
valeur	21	nom
patient	20	nom
médicament	20	nom
médical	20	adj
engagement	20	nom
professionnel	19	adj
objectif	19	nom
mettre	19	ver
développement	19	nom
public	17	nom
produit	17	nom
responsable	16	adj
responsabilité	16	nom
respect	16	nom
information	16	nom
travail	15	nom
action	15	nom
vie	14	nom
service	14	nom
durable	14	adj

Groupe	13	nom
Grand	13	adj
Engager	13	ver
Ethique	12	nom
Nouveau	12	nom
Société	11	nom
Nombreux	11	adj
Innovation	11	nom
Formation	11	nom
Environnement	11	nom
Code	11	nom
Biogen	11	nr
Social	10	adj
Recherche	10	nom
Maladie	10	nom
Ensemble	10	adv
Définir	10	ver
Communication	10	nom
Client	10	nom
Apporter	10	ver
Egalement	9	adv
Visite	9	nom
prendre	9	ver
pratique	9	adj
performance	9	nom

partenaire	9 nom
france	9 nr
excellence	9 nom
domaine	9 nom
charte	9 nom
améliorer	9 ver
activité	9 nom
respecter	8 ver
pharmaceutique	8 adj
monde	8 nom
interne	8 adj
disposition	8 nom
comportement	8 nom
sensibilisation	7 nom
sandoz	7 nr
roche	7 nom
projet	7 nom
principe	7 nom
mission	7 nom
marché	7 nom
intégrité	7 nom
impact	7 nom
externe	7 adj
esprit	7 nom
environnemental	7 adj
employé	7 nom
développer	7 ver
démarche	7 nom
donnée	7 nom
cours	7 nom
biogenidec	7 nr
bayer	7 ver
baxter	7 nr
travailler	6 ver

traitement	6 nom
strict	6 adj
réussite	6 nom
prestataire	6 nom
politique	6 adj
partie	6 nom
norme	6 nom
lieu	6 nom
international	6 adj
indicateur	6 nom
important	6 adj
fin	6 nom
donner	6 ver
demander	6 ver
campagne	6 nom
besoin	6 nom
état	5 nom
équipe	5 nom
vision	5 nom
thérapeutique	5 adj
thème	5 nom
sollicitation	5 nom
sein	5 nom
scientifique	5 adj
sanofi	5 nr
résultat	5 nom
répondre	5 ver
réalisation	5 nom
ressource	5 nom
reconnaître	5 ver
quotidien	5 adj
protection	5 nom
promesse	5 nom
production	5 nom

priorité	5 nom
place	5 nom
personnel	5 adj
partager	5 ver
notamment	5 adv
nombre	5 nom
niveau	5 nom
national	5 adj
mondial	5 adj
leadership	5 nom
initiative	5 nom
importance	5 nom
haut	5 adj
former	5 ver
fondamental	5 adj
exigence	5 nom
envisager	5 ver
diffuser	5 ver
diabète	5 nom
culture	5 nom
critère	5 nom
confiance	5 nom
conduite	5 nom
concerner	5 ver
chiesi	5 nr
ansm	5 nr
année	5 nom
évolution	4 nom
économique	4 adj
volonté	4 nom
technologie	4 nom
sécurité	4 nom
suivant	4 adj
succès	4 nom

stress	4 nom
solution	4 nom
signifier	4 ver
servir	4 ver
sensibiliser	4 ver
satisfaire	4 ver
réussir	4 ver
référentiels	4 nr
réaliser	4 ver
relation	4 nom
prévention	4 nom
produire	4 ver
prenant	4 adj
permettre	4 ver
partenariats	4 nr
novartis	4 nr
médecin	4 nom
matière	4 nom
lier	4 ver
leem	4 nr
intégration	4 nom
humain	4 nom
global	4 adj
garantir	4 ver
final	4 adj
fabrication	4 nom
exemple	4 nom
essentiel	4 adj
encourager	4 ver
e-learning	4 nr
décision	4 nom
diversité	4 nom
diffusion	4 nom
création	4 nom

covoiturage	4 nom
compétence	4 nom
choix	4 nom
charger	4 ver
certification	4 nom
base	4 nom
astrazeneca	4 nr
association	4 nom
aspect	4 nom
actelion	4 nr
accès	4 nom
étape	3 nom
voir	3 ver
viser	3 ver
utilisation	3 nom
utilisateur	3 nom
uniquement	3 adv
témoigner	3 ver
traiter	3 ver
test	3 nom
terme	3 nom
talent	3 nom
stratégie	3 nom
source	3 nom
souhaiter	3 ver
soin	3 nom
siècle	3 nom
seulement	3 adv
science	3 nom
réduire	3 ver
règle	3 nom
relatif	3 adj
question	3 nom
préserver	3 ver

proximité	3 nom
progression	3 nom
programme	3 nom
privé	3 adj
prioritaire	3 adj
presse	3 nom
premier	3 adj
poursuivre	3 ver
plan	3 nom
pilier	3 nom
pfizer	3 nr
permanence	3 nom
page	3 nom
œuvre	3 nom
notion	3 nom
médecine	3 nom
moitié	3 nom
modèle	3 nom
mesure	3 nom
mener	3 ver
membre	3 nom
légal	3 adj
loi	3 nom
ligne	3 nom
lien	3 nom
intérêt	3 nom
internet	3 nom
inscription	3 nom
innovants	3 nr
idée	3 nom
guider	3 ver
grille	3 nom
gouvernance	3 nom
gestion	3 nom

fournir	3 ver
fonder	3 ver
fixer	3 ver
façon	3 nom
extérieur	3 adj
exprimer	3 ver
européen	3 adj
entier	3 adj
effort	3 nom
effet	3 nom
département	3 nom
début	3 nom
document	3 nom
disposer	3 ver
directeur	3 nom
dernier	3 adj
corporate	3 nr
contribution	3 nom
contribuer	3 ver
continuellement	3 adv
constamment	3 adv
connaître	3 ver
connaissance	3 nom
confidentialité	3 nom
comprendre	3 ver
complexe	3 adj
commun	3 adj
comité	3 nom
cœur	3 nom
clairement	3 adv
chercheur	3 nom
cadre	3 nom
bénéfice	3 nom
bien-être	3 nr

autorité	3 nom
atteindre	3 ver
attacher	3 ver
appuyer	3 ver
application	3 nom
ambition	3 nom
aider	3 ver
agir	3 ver
adapter	3 ver
actionnaire	3 nom
achat	3 nom
évoluer	2 ver
établir	2 ver
équitable	2 adj
énergie	2 nom
émission	2 nom
élément	2 nom
élevé	2 adj
écrire	2 ver
écouter	2 ver
économie	2 nom
âge	2 nom
véritable	2 adj
vérifier	2 ver
vivre	2 ver
vis-à-vis	2 adv
visiteur	2 nom
ville	2 nom
vigueur	2 nom
valider	2 ver
validation	2 nom
uni	2 adj
travers	2 nom
transport	2 nom

transparence	2 nom
traduire	2 ver
sélection	2 nom
systématique	2 adj
système	2 nom
support	2 nom
standard	2 nom
souffrant	2 adj
seul	2 adj
serrer	2 ver
sentir	2 ver
salle	2 nom
salarié	2 nom
rôle	2 nom
réunir	2 ver
réglementation	2 nom
réglementaire	2 adj
référence	2 nom
récompenser	2 ver
reposer	2 ver
renforcer	2 ver
rejet	2 nom
regard	2 nom
reconnaissance	2 nom
recommandation	2 nom
rechercher	2 ver
recevoir	2 ver
rare	2 adj
rafraîchissement	2 nom
président	2 nom
présenter	2 ver
préoccupation	2 nom
précieux	2 adj
Près de	2 adv

promotionnel	2 adj
promotion	2 nom
processus	2 nom
process	2 nom
privilegié	2 nom
principal	2 adj
pressing	2 nom
pourcentage	2 nom
possible	2 adj
possibilité	2 nom
pointe	2 nom
plateforme	2 nom
permanent	2 adj
pays	2 nom
pathologies	2 nr
passer	2 ver
particulièrement	2 adv
participation	2 nom
papier	2 nom
ouvrir	2 ver
organisme	2 nom
organisation	2 nom
oral	2 nom
opportunité	2 nom
ophtalmiques	2 nr
observatoire	2 nom
obligatoire	2 adj
nécessaire	2 adj
novo	2 nr
nordisk	2 nr
nominatif	2 adj
nerveux	2 adj
nation	2 nom
métier	2 nom

module	2 nom
modification	2 nom
mention	2 nom
maîtriser	2 ver
marketing	2 nom
marcher	2 ver
majeur	2 adj
lutte	2 nom
long	2 adj
local	2 nom
liquide	2 nom
limite	2 nom
lancer	2 ver
investir	2 ver
intérieur	2 nom
interaction	2 nom
innovantes	2 nr
industriel	2 adj
industrie	2 nom
imposer	2 ver
identifier	2 ver
hospitalier	2 adj
honnêteté	2 nom
honnête	2 adj
handicap	2 nom
générique	2 adj
guide	2 nom
grave	2 adj
gaz	2 nom
gamme	2 nom
fréquentation	2 nom
français	2 adj
fournisseur	2 nom
fondation	2 nom

fois	2 nom
favoriser	2 ver
faveur	2 nom
expertise	2 nom
existant	2 adj
exiger	2 ver
exigeant	2 adj
entendre	2 ver
efforcer	2 ver
déploiement	2 nom
dédier	2 ver
découvrir	2 ver
décennie	2 nom
dynamisme	2 nom
droit	2 nom
doter	2 ver
distribuer	2 ver
direction	2 nom
direct	2 nom
diagnostique	2 adj
diagnostic	2 nom
devenir	2 ver
croissance	2 nom
courage	2 nom
continuer	2 ver
constant	2 adj
consommation	2 nom
conseil	2 nom
conscience	2 nom
congrès	2 nom
condition	2 nom
conception	2 nom
communément	2 adv
communiquer	2 ver

commercialiser	2 ver
commercial	2 adj
commanditaire	2 nom
cnil	2 nr
citer	2 ver
chiffre	2 nom
chaîne	2 nom
changer	2 ver
central	2 adj
cause	2 nom
caractère	2 nom
but	2 nom
board	2 nr
avis	2 nom
avancée	2 nom
autrement	2 adv
autorisation	2 nom
auprès de	2 adv
attente	2 nom
assurer	2 ver
assurance	2 nom
assumer	2 ver
associé	2 nom
associatif	2 adj
arrivée	2 nom
appliquer	2 ver
annuel	2 adj
amélioration	2 nom
alzheimer	2 nr
aller	2 ver
allemagne	2 nom
alcon	2 nr
aide	2 nom
agence	2 nom

affaire	2 nom
adresse	2 nom
adopter	2 ver
addmedica	2 nr
actif	2 adj
acteur	2 nom
accomplir	2 ver
accompagner	2 ver
accent	2 nom
abonnement	2 nom
évolutif	1 adj
éventuel	1 adj
évaluer	1 ver
étude	1 nom
étranger	1 nom
étendue	1 nom
équivalent	1 nom
équité	1 nom
équilibre	1 nom
épidémie	1 nom
énergétique	1 adj
élargir	1 ver
éducation	1 nom
édition	1 nom
éditeur	1 nom
écologique	1 adj
écologie	1 nom
écolabels	1 nr
échéant	1 adj
échéance	1 nom
zéro	1 nom
web	1 nom
vérification	1 nom
vélo	1 nom

voisin	1 nom
voie	1 nom
vivant	1 adj
visualisent	1 nr
visa	1 nom
venir	1 ver
veiller	1 ver
veille	1 nom
vaste	1 adj
valoriser	1 ver
valorisant	1 adj
valoir	1 ver
vaccination	1 nom
vaccin	1 nom
utilité	1 nom
utiliser	1 ver
utile	1 adj
usage	1 nom
unique	1 adj
ténacité	1 nom
témoignage	1 nom
tâche	1 nom
trouble	1 nom
trimestre	1 nom
transverses	1 nr
transplantation	1 nom
translationnelle	1 nr
tradition	1 nom
toucher	1 ver
tolérer	1 ver
terrain	1 nom
tenir	1 ver
tendre	1 adj
technologique	1 adj

technique	1 nom
taux	1 nom
tabagique	1 nr
sûr	1 adj
systématiser	1 ver
synthétiser	1 ver
synergie	1 nom
syndicat	1 nom
surveiller	1 ver
surpasser	1 ver
suppression	1 nom
suivre	1 ver
suisse	1 adj
suggestion	1 nom
sud	1 nom
substantiel	1 adj
structure	1 nom
stratégique	1 adj
statue	1 nom
spécifiquement	1 adv
spécialiser	1 ver
sportif	1 adj
sport	1 nom
sphère	1 nom
soutien	1 nom
soutenir	1 ver
soulager	1 ver
souffrance	1 nom
souci	1 nom
sommeil	1 nom
solliciter	1 ver
solidement	1 adv
soigner	1 ver
sociétaux	1 nr

siège	1 nom
situer	1 ver
situation	1 nom
simple	1 adj
significatif	1 adj
signer	1 ver
signature	1 nom
sida	1 nom
sevrage	1 nom
semaine	1 nom
sectorielle	1 nr
sectoriel	1 nr
secrétaire	1 nom
secours	1 nom
sclérose	1 nom
Savoir-être	1 nr
Savoir-faire	1 nr
savant	1 adj
sante	1 nr
saison	1 nom
révéler	1 ver
résumé	1 nom
réputation	1 nom
réinvestir	1 ver
régir	1 ver
référentiel	1 nr
référent	1 nom
réduction	1 nom
réalité	1 nom
rubrique	1 nom
risque	1 nom
rigueur	1 nom
rigoureux	1 adj
rhumatoïde	1 adj

retrouver	1 ver
retombée	1 nom
restriction	1 nom
rester	1 ver
restauration	1 nom
restant	1 nom
respectueux	1 adj
requis	1 adj
représenter	1 ver
représentation	1 nom
repousser	1 ver
reposant	1 adj
rentabilité	1 nom
renouvellement	1 nom
remplacer	1 ver
remarque	1 nom
remarquable	1 adj
relancer	1 ver
réfléter	1 ver
reflet	1 nom
rectification	1 nom
recrutement	1 nom
reconnaissant	1 adj
rapport	1 nom
rapidement	1 adv
racine	1 nom
quête	1 nom
qualifié	1 adj
qualification	1 nom
pôle	1 nom
pêche	1 nom
périmètre	1 nom
pédiatrique	1 adj
pulmonaire	1 adj

publicitaire	1 adj
psychologue	1 nom
psychiatrique	1 adj
psychiatrie	1 nom
prévenir	1 ver
présider	1 ver
présentiel	1 nr
présence	1 nom
protocole	1 nom
proposer	1 ver
promotionnels	1 nr
promobilité	1 nr
prolonger	1 ver
progrès	1 nom
progresser	1 ver
profilage	1 nom
procédé	1 nom
prochain	1 adj
problématique	1 adj
problème	1 nom
principalement	1 adv
primordial	1 adj
preuve	1 nom
premièrement	1 adv
pousser	1 ver
poursuite	1 nom
poumon	1 nom
potentiel	1 nom
Post-tests	1 nr
poste	1 nom
positionnement	1 nom
positif	1 adj
porter	1 ver
portant	1 adj

portail	1 nom
pondéré	1 adj
polyarthrite	1 nom
polluantes	1 nr
poids	1 nom
plaque	1 nom
placer	1 ver
piloter	1 ver
pierreux	1 adj
philosophie	1 nom
pharmacovigilance	1 nr
pharmacien	1 nom
personnalisé	1 adj
perpétuer	1 ver
performant	1 adj
perception	1 nom
penser	1 ver
pauvreté	1 nom
pathologie	1 nom
passionner	1 ver
passion	1 nom
partir	1 ver
particulier	1 adj
participer	1 ver
partenariat	1 nom
part	1 nom
parole	1 nom
pari	1 nom
parcours	1 nom
paramètre	1 nom
ouverture	1 nom
ouvertement	1 adv
ouvert	1 adj
outil	1 nom

originaire	1 adj
orienter	1 ver
organiser	1 ver
organisationnelles	1 nr
organe	1 nom
opérationnel	1 adj
opération	1 nom
optimiser	1 ver
optimal	1 adj
opinion	1 nom
ophtalmologie	1 nom
oncologie	1 nom
oms	1 nr
offrir	1 ver
œil	1 nom
oculaire	1 adj
occuper	1 ver
obtenir	1 ver
observer	1 ver
obligation	1 nom
objectivité	1 nom
nécessiter	1 ver
nutritionniste	1 nom
nutrition	1 nom
nouvelle	1 adj
nouvel	1 adj
note	1 nom
neurologique	1 adj
neurologie	1 nom
naturel	1 adj
nature	1 nom
naissance	1 nom
méthode	1 nom
métabolisme	1 nom

méningite	1 nom
mécanisme	1 nom
mundipharma	1 nr
moyenne	1 nom
moyen	1 nom
moteur	1 nom
mot	1 nom
mortalité	1 nom
moment	1 nom
moléculaire	1 adj
modalité	1 nom
miroir	1 nom
milliard	1 nom
milieu	1 nom
mesurer	1 ver
message	1 nom
menarini	1 nr
menace	1 nom
meilleur	1 adj
maximum	1 nom
matériel	1 nom
massivement	1 adv
marque	1 nom
manifestation	1 nom
manager	1 nom
management	1 nom
malade	1 nom
mairie	1 nom
maintien	1 nom
maintenir	1 ver
lundbeck	1 nr
loyauté	1 nom
logistique	1 nom
limiter	1 ver

limitation	1 nom
liberté	1 nom
lecture	1 nom
leader	1 nom
large	1 adj
langue	1 nom
lancement	1 nom
laboratoire	1 nom
kyoto	1 nr
juillet	1 nom
juger	1 nom
judicieux	1 adj
jour	1 nom
jouer	1 ver
jeune	1 adj
jeu	1 nom
janvier	1 nom
itinérant	1 nom
issu	1 adj
inévitables	1 adj
investisseur	1 nom
investissement	1 nom
intégrer	1 ver
intégrant	1 adj
intégralité	1 nom
intègre	1 adj
intrinsèque	1 adj
interlocuteur	1 nom
interdiction	1 nom
intensifier	1 ver
insu	1 nom
institut	1 nom
inspirer	1 ver
inspecter	1 ver

inscrire	1 ver
innovant	1 adj
inhabituel	1 adj
informer	1 ver
informatique	1 nom
influencer	1 ver
inflammation	1 nom
infectieux	1 adj
indésirable	1 nom
individuel	1 adj
individu	1 nom
indispensable	1 adj
indirect	1 adj
indiquer	1 ver
indication	1 nom
incompatible	1 adj
incomber	1 ver
inciter	1 ver
incidence	1 nom
incarner	1 ver
imposant	1 adj
implicite	1 adj
implantation	1 nom
imaginatif	1 adj
image	1 nom
hôpital	1 nom
hépatite	1 nom
hématologie	1 nom
hypertexte	1 nr
hyperlien	1 nr
humanitaire	1 adj
http	1 nr
horizon	1 nom
histoire	1 nom

hauteur	1 nom
général	1 nom
grünenthal	1 nr
greffon	1 nom
greffe	1 nom
gratuit	1 adj
gouvernement	1 nom
gens	1 nom
février	1 nom
fédération	1 nom
futur	1 nom
fortement	1 adv
formaliser	1 ver
forcément	1 adv
forcer	1 ver
fonds	1 nom
fondant	1 nom
fonctionnement	1 nom
fonctionnalité	1 nom
fonction	1 nom
focaliser	1 ver
fitness	1 nom
financement	1 nom
finance	1 nom
fil	1 nom
fier	1 adj
fidèle	1 adj
fermement	1 adv
famille	1 nom
faim	1 nom
faciliter	1 ver
extension	1 nom
expérimental	1 adj
explorer	1 ver

exploitation	1 nom
explicitement	1 adv
explicite	1 adj
explication	1 nom
exercice	1 nom
exercer	1 ver
exclusif	1 adj
excellent	1 adj
euro	1 nom
être	1 nr
éthiques	1 nr
éthique	1 nr
estimer	1 ver
équipe	1 nr
environnementales	1 nr
entretien	1 nom
entretenir	1 ver
entourage	1 nom
enthousiasme	1 nom
enrichissement	1 nom
enrichir	1 ver
englober	1 ver
enfant	1 nom
endroit	1 nom
encadrement	1 nom
empire	1 nom
empathie	1 nom
efficace	1 adj
effectuer	1 ver
effectif	1 nom
eau	1 nom
déterminer	1 ver
détermination	1 nom
détenir	1 ver

désir	1 nom
dérouler	1 ver
dépôt	1 nom
déployer	1 ver
déplacer	1 ver
dépendre	1 ver
déontologique	1 adj
dénommé	1 nom
délivrer	1 ver
délicat	1 adj
délai	1 nom
défini	1 adj
défi	1 nom
décès	1 nom
déclaration	1 nom
décider	1 ver
déchet	1 nom
débat	1 nom
drépanocytose	1 nom
double	1 adj
documentation	1 nom
division	1 nom
distinction	1 nom
dispositif	1 nom
disponible	1 adj
discrimination	1 nom
discours	1 nom
diriger	1 ver
directoire	1 nom
diplômer	1 ver
différence	1 nom
dialogue	1 nom
diabètes	1 nr
développement	1 nr

deuxièmement	1 adv
destinée	1 nom
date	1 nom
côté	1 nom
cycle	1 nom
culturel	1 adj
cultiver	1 ver
créer	1 ver
créatif	1 adj
créateur	1 adj
Co-élaboré	1 nr
couvrir	1 ver
courtois	1 adj
corrélation	1 nom
correspondance	1 nom
coopération	1 nom
conviction	1 nom
convenir	1 ver
convenance	1 nom
contrôle	1 nom
contrefaçon	1 nom
contraint	1 nom
contenir	1 ver
consultables	1 nr
consultable	1 adj
construire	1 ver
constituer	1 ver
consommer	1 ver
consommateur	1 nom
considérer	1 ver
considération	1 nom
conservation	1 nom
conscient	1 adj
consacrer	1 ver

conformer	1 ver
conforme	1 adj
confondu	1 adj
confirmé	1 adj
concret	1 adj
concevoir	1 ver
concentrer	1 ver
comptes-rendus	1 nr
Compter	1 ver
Compte	1 nom
compréhension	1 nom
compatibilité	1 nom
Compact	1 adj
commercialisation	1 nom
commerce	1 nom
commentaire	1 nom
collègue	1 nom
collectif	1 nom
collaboratif	1 nr
cohérent	1 adj
co2	1 nr
Co	1 adv
Clé	1 nom
club	1 nom
clozel	1 nr
clinton	1 nr
clinique	1 nom
climatique	1 adj
clair	1 adj
citoyen	1 nom
circonstance	1 nom
ci-dessus	1 nr
cicatrisation	1 nom
cibler	1 ver

ci-après	1 nr
chronique	1 adj
choisir	1 ver
chercher	1 ver
champ	1 nom
certifié	1 adj
cep	1 nom
cofondateur	1 nr
centre	1 nom
centaine	1 nom
cedex	1 nr
caution	1 nom
causer	1 ver
cas	1 nom
carrière	1 nom
carbonem	1 nr
carbone	1 nom
caractériser	1 ver
capitole	1 nom
cancer	1 nom
cabinet	1 nom
bénéficier	1 ver
bâtir	1 ver
brésilien	1 nom
brochure	1 nom
brevet	1 nom
bref	1 adj
boussole	1 nom
booz	1 nr
biosimilaires	1 nr
bio	1 adj
bilan	1 nom
bienvenue	1 nom
bientôt	1 adv

bienfait	1 nom
bibliographique	1 adj
bibliographie	1 nom
baisser	1 ver
axer	1 ver
axe	1 nom
avancé	1 adj
avance	1 nom
automédication	1 nom
Auprès des	1 nr
augmentation	1 nom
Au-delà	1 nr
attitude	1 nom
atout	1 nom
assurément	1 adv
Assurance-qualité	1 nr
assistance	1 nom
asseoir	1 ver
arrêter	1 ver
arriver	1 ver
approprié	1 adj
appropriation	1 nom
approcher	1 ver
apprendre	1 ver
apport	1 nom
appeler	1 ver
appel	1 nom
apparaître	1 ver
anticiper	1 ver
animal	1 adj
ancré	1 adj
amérique	1 nom
amener	1 ver
ambitieux	1 adj

aliment	1 nom
aire	1 nom
afrique	1 nr
affirmer	1 ver
affirmation	1 nom
adhérer	1 ver
adhérent	1 adj
actuel	1 adj
actualisés	1 nr
actualisation	1 nom
activement	1 adv
acte	1 nom
acheter	1 ver
accélérer	1 ver
accorder	1 ver
accepter	1 ver
académique	1 adj
aborder	1 ver
abbott	1 nr
abandonner	1 ver

Annexe 4

Recension lexicographique complète obtenue par IRaMuTeQ sur les textes en anglais

[Légende : nom=nom ; adj=adjectif ; ver=verbe ; nr=nom propre ; adv=adverbe. Le terme est suivi du nombre d'occurrences et de la classe de mot à laquelle il appartient]

value	21	ver
employee	20	nom
patient	18	nom
product	17	nom
company	15	nom
person	14	nom
business	12	nom
safety	11	nom
quality	11	nom
ferring	11	nr
work	10	ver
high	10	adj
ethical	10	nr
supplier	9	nom
seek	9	nom
gilead	9	nr
focus	9	nom
ethic	9	nom
environment	9	nom
astellas	9	nr
top	8	nom
team	8	nom
standard	8	nom
staff	8	nom
respect	8	nom
include	8	ver
decision	8	nom
customer	8	nom
code	8	nom
traffic	7	ver
stakeholder	7	nom
result	7	nom
mission	7	nom
human	7	adj
create	7	ver
community	7	nom
commitment	7	nom

commit	7	ver
amgen	7	nr
alexion	7	nr
trust	6	nom
scientific	6	nr
right	6	nom
provide	6	ver
law	6	nom
integrity	6	nom
country	6	nom
violation	5	nom
stockholder	5	nom
state	5	nom
risk	5	nom
partner	5	nom
opportunity	5	nom
expect	5	ver
ensure	5	ver
conduct	5	nom
compliance	5	nom
way	4	nom
supply	4	nom
strive	4	ver
step	4	nom
social	4	nom
slavery	4	nom
serve	4	nom
physician	4	nom
philosophy	4	nom
member	4	nom
life	4	nom
innovation	4	nom
information	4	nom
health	4	nom
full	4	adj
diverse	4	nr
corporate	4	nr

compete	4	ver
chain	4	nom
bring	4	ver
belief	4	nom
apply	4	ver
action	4	nom
act	4	ver
world	3	nom
win	3	nom
tvpa	3	nr
tone	3	nom
time	3	nom
source	3	ver
share	3	ver
science	3	nom
responsibility	3	nom
respectful	3	nr
reach	3	nom
rapidly	3	nr
program	3	nom
process	3	nom
potential	3	nom
policy	3	nom
perspective	3	nom
personal	3	nom
organization	3	nom
method	3	nom
medical	3	nom
level	3	adj
leader	3	nom
involve	3	ver
intensely	3	nr
innovative	3	nr
improvement	3	nom
improve	3	ver
important	3	nr
impact	3	nom
help	3	nom
guide	3	ver
fully	3	nr
enterprise	3	nom
encourage	3	ver
diversity	3	nom
develop	3	ver
deal	3	ver
communicate	3	ver

colleague	3	nom
collaborate	3	ver
bracco	3	nr
base	3	ver
audit	3	ver
aspect	3	nom
applicable	3	nr
address	3	nom
accountable	3	nr
être	2	nr
unite	2	ver
understand	2	ver
treatment	2	nom
sustainable	2	nr
support	2	nom
superior	2	nom
structure	2	nom
strong	2	adj
specialty	2	nom
shareholder	2	nom
set	2	ver
service	2	nom
sense	2	nom
select	2	ver
safe	2	adj
routinely	2	nr
reward	2	nom
responsible	2	nr
require	2	ver
rational	2	nom
raison	2	nr
provision	2	nom
promote	2	ver
promise	2	nom
principled	2	nr
primarily	2	nr
practice	2	nom
pharmaceutical	2	nom
performance	2	nom
passion	2	nom
partnership	2	nom
part	2	nom
open	2	adj
numb	2	adj
multi	2	nr
move	2	nom

meaningful	2 nr
material	2 nom
manufacture	2 ver
manner	2 nom
management	2 nom
maintain	2 ver
loyalty	2 nom
long	2 adj
lead	2 ver
labor	2 nom
job	2 nom
intermediate	2 nom
input	2 nom
initiative	2 nom
individual	2 nom
identify	2 ver
healthcare	2 nr
group	2 nom
global	2 nr
generate	2 ver
gain	2 nom
free	2 adj
foster	2 ver
force	2 ver
fast	2 adj
eye	2 nom
extra	2 nom
evaluate	2 ver
equal	2 nom
enhance	2 ver
engagement	2 nom
enable	2 ver
employer	2 nom
element	2 nom
effort	2 nom
drive	2 nom
doctor	2 nom
discover	2 ver
direct	2 adj
development	2 nom
dealing	2 nom
culture	2 nom
coverage	2 nom
contribute	2 ver
continuously	2 nr
continue	2 ver

comply	2 ver
compliant	2 nr
choice	2 adj
care	2 nom
balance	2 ver
area	2 nom
approach	2 nom
allergan	2 nr
aim	2 nom
agreement	2 nom
advance	2 nom
achieve	2 ver
young	1 nom
yearly	1 nom
wrong	1 nom
workplace	1 nom
worker	1 nom
word	1 nom
woman	1 nom
wellness	1 nom
weave	1 ver
wait	1 ver
visitor	1 nom
visit	1 nom
vision	1 nom
view	1 nom
victim	1 nom
verify	1 ver
vendor	1 nom
update	1 nom
unmet	1 nr
underlie	1 ver
uncomfortable	1 nr
type	1 nom
true	1 adj
transparent	1 nr
transform	1 ver
train	1 ver
tolerate	1 ver
timely	1 adj
thousand	1 nom
thoughtfully	1 nr
therapy	1 nom
termination	1 nom
terminate	1 ver
term	1 nom

target	1 ver
talent	1 nom
taint	1 ver
sustain	1 ver
suggest	1 ver
successful	1 nr
success	1 nom
succeed	1 ver
subjective	1 nr
strengthen	1 ver
strategic	1 nr
stimulate	1 ver
status	1 nom
statement	1 nom
start	1 ver
specifically	1 nr
specialist	1 nom
speak	1 ver
solution	1 nom
smart	1 adj
situation	1 nom
site	1 nom
simple	1 adj
similarly	1 nr
significant	1 nom
seize	1 ver
save	1 nom
satisfaction	1 nom
run	1 ver
rule	1 nom
routine	1 nom
root	1 ver
role	1 nom
rival	1 nom
rigor	1 nom
return	1 nom
retribution	1 nom
restore	1 ver
research	1 nom
represent	1 ver
rely	1 ver
reliable	1 nr
relentless	1 nr
reinforce	1 ver
regulation	1 nom
regularly	1 nr

referral	1 nom
reference	1 nom
reduce	1 ver
recognize	1 ver
receive	1 ver
reasonable	1 nr
read	1 ver
rationale	1 nom
rare	1 adj
quo	1 nr
quickly	1 nr
protection	1 nom
protect	1 ver
prosecution	1 nom
proper	1 adj
proof	1 nom
prohibition	1 nom
prohibit	1 ver
programme	1 nom
profit	1 nom
professionally	1 nr
professional	1 nom
productive	1 nr
produce	1 nom
principle	1 nom
previous	1 nr
prescribe	1 ver
prepare	1 ver
precaution	1 nom
power	1 nom
position	1 nom
point	1 nom
plan	1 nom
place	1 nom
perform	1 ver
payer	1 nom
past	1 nom
party	1 nom
outcome	1 nom
origin	1 nom
opinion	1 nom
operation	1 nom
openly	1 nr
ofsociety	1 nr
official	1 nom
office	1 nom

offer	1	nom
occur	1	ver
obtain	1	ver
obligation	1	nom
notice	1	nom
modern	1	adj
mistake	1	nom
minimum	1	nom
million	1	nom
meeting	1	nom
meet	1	nom
medication	1	nom
mean	1	nom
marketplace	1	nom
manufacturer	1	nom
mandate	1	nom
manage	1	ver
lull	1	ver
loyal	1	adj
low	1	adj
lose	1	ver
logical	1	nr
local	1	nom
live	1	adj
listen	1	ver
link	1	nom
laboratory	1	nom
lab	1	nom
knowledge	1	nom
knowingly	1	nr
key	1	nom
internally	1	nr
institution	1	nom
instance	1	nom
innovate	1	ver
ingredient	1	nom
inform	1	ver
industry	1	nom
independent	1	nom
inclusion	1	nom
importantly	1	nr
implement	1	ver
idea	1	nom
honorable	1	nr
honesty	1	nom
hiv	1	nr

highly	1	nr
highlight	1	nom
great	1	adj
governmental	1	nr
government	1	nom
good	1	adj
goal	1	nom
give	1	ver
genetic	1	nr
generation	1	nom
generally	1	nr
gather	1	ver
function	1	nom
fulfill	1	ver
frequently	1	nr
freely	1	nr
freedom	1	nom
foundation	1	nom
forward	1	adj
forklift	1	nom
follow	1	nom
find	1	ver
fear	1	nom
family	1	nom
fair	1	adj
factor	1	nom
fabric	1	nom
extent	1	nom
extensive	1	nr
express	1	nom
experiment	1	nom
excellence	1	nom
excel	1	ver
everyday	1	nr
evaluation	1	nom
ethically	1	nr
establish	1	ver
ergonomics	1	nr
eradicate	1	ver
equitable	1	nr
enhancement	1	nom
engage	1	ver
endeavor	1	nom
encouragement	1	nom
employment	1	nom
emphasis	1	nom

emotional	1 nr
embrace	1 nom
eliminate	1 ver
electrical	1 nr
elderly	1 nom
education	1 nom
earn	1 ver
drug	1 nom
diversify	1 ver
distance	1 nom
display	1 nom
disease	1 nom
disclose	1 ver
disciplinary	1 nr
direction	1 nom
difference	1 nom
dialogue	1 nom
device	1 nom
determination	1 nom
designate	1 ver
design	1 ver
depend	1 ver
department	1 nom
demand	1 nom
deliver	1 ver
define	1 ver
deep	1 adj
day	1 nom
datum	1 nom
cut	1 ver
cultural	1 nr
csr	1 nr
crucial	1 nr
critical	1 nr
criminal	1 nom
creativity	1 nom
cover	1 nom
courtesy	1 nom
courage	1 nom
cost	1 ver
cornerstone	1 nom
corner	1 nom
contractor	1 nom
continuous	1 nr
contingency	1 nom
context	1 nom

consideration	1 nom
conflict	1 ver
confidence	1 nom
condemn	1 ver
compromise	1 nom
comprise	1 ver
comprehensive	1 nom
complete	1 adj
complacent	1 nr
complacency	1 nom
competitor	1 nom
competitive	1 nr
communication	1 nom
common	1 adj
committee	1 nom
commercialize	1 ver
combine	1 nom
collect	1 ver
collaboration	1 nom
coherence	1 nom
closely	1 nr
clinic	1 nom
click	1 nom
clear	1 adj
category	1 nom
carry	1 ver
capable	1 adj
california	1 nr
build	1 ver
broad	1 adj
breakthrough	1 nom
bond	1 nom
biotechnology	1 nom
biologic	1 nom
benefit	1 nom
behaviour	1 nom
behavior	1 nom
behave	1 ver
begin	1 ver
bear	1 nom
basis	1 nom
auditor	1 nom
attract	1 ver
attitude	1 nom
ask	1 ver
application	1 nom

anew	1	nr
analyze	1	ver
affirmatively	1	nr
affirmative	1	nom
affiliate	1	ver
admit	1	ver
addition	1	nom
adapt	1	ver
activity	1	nom
actively	1	nr
act_s	1	nr
achievement	1	nom
accountability	1	nom
accordance	1	nom
access	1	nom

Annexe 5

Textes français mis en forme et soumis à IRaMuTeQ

Le texte soumis au logiciel se présente sous la forme suivante. Force est d'admettre que sa lecture n'est pas aisée mais nous le présentons à titre d'information. Le travail de préparation du texte suppose l'introduction de variables permettant d'ignorer nombre de termes (conjonction, adverbes, etc...), un formatage neutre avant l'analyse (élimination des puces, des paramètres de paragraphes, symboles, etc...). Pour mémoire, ce texte a été établi à partir des « chartes » présentées sur les sites internet des entreprises suivantes : Abbott, Actelion, Addmedica, Alcon, AstraZeneca, Baxter, Bayer, Biogen Idec, Bristol-Myers Squibb, Chiesi France, Galderma, GlaxoSmithKline, Grünenthal, Lundbeck, Menarini, Mundipharma, Novartis, Novo Nordisk, Pfizer, Roche, Sandoz, Sanofi, Sanofi Aventis.

Ce qui donne finalement :

**** var : adv ; conj ; sym

Une Promesse pour la Vie, signifie :

Pour tous les collaborateurs, notre Promesse est une boussole qui guide actions et prises de décisions. Elle exige de nous d'être toujours à la hauteur des objectifs élevés que nous nous sommes imposés pour mieux servir : professionnels de santé, patients, clients et partenaires. Notre Promesse nous met au défi de nous améliorer continuellement et nous inspire à viser toujours plus haut.

La Science au service de la Santé

Préserver la Santé et la Vie de ceux que nous servons est prioritaire. Notre mission depuis plus d'un siècle est de traduire – avec passion et rigueur – le progrès scientifique en solutions nouvelles au service de la Santé.

Nos produits accompagnent toutes les étapes de la vie, de la naissance au grand âge, au travers d'activités : nutrition ; diagnostic ; dispositifs médicaux...

Prendre soin est au centre de notre travail et définit nos responsabilités.

Nous cherchons constamment à être à la pointe de l'innovation scientifique et technologique qui est essentielle pour permettre des avancées significatives pour la santé et les pratiques thérapeutiques.

Nous attachons beaucoup d'importance à notre diversité, tant pour nos produits, nos technologies, nos domaines d'activité, que pour nos collaborateurs.

Nous cultivons la performance et visons l'excellence. Parce que notre travail a un impact sur la vie des personnes, nous sommes exigeants pour nous-mêmes comme pour nos partenaires. Nous nous efforçons de préserver la confiance de ceux que nous servons en nous imposant les plus hauts standards de qualité, l'excellence professionnelle dans toutes nos relations, et en adoptant en toute circonstance, un comportement honnête, juste et intègre.

Nous entretenons le succès pour notre société et pour ceux que nous servons en restant fidèles aux principes fondamentaux qui ont présidés à la création d'Abbott il y a un siècle : Innovation thérapeutique et recherche de l'excellence.

Notre Promesse, c'est la promesse de travailler au service de la Santé et de la Vie.

RESPONSABILITÉ D'ENTREPRISE

UN ENGAGEMENT PERMANENT EN FAVEUR D'ACTIVITÉS RESPONSABLES

Je crois fermement que la responsabilité d'entreprise fait partie de la gestion quotidienne d'une entreprise qui marche. Pour moi, cela signifie écouter nos différents partenaires, apprendre d'eux et communiquer ouvertement avec eux. Partant de là, Actelion poursuivra son engagement d'excellence dans tout ce qu'elle fait."

La responsabilité d'entreprise d'Actelion couvre toutes ses initiatives, du développement personnel et de la diversité de ses collaborateurs à la gouvernance d'entreprise, en passant par l'éthique, l'engagement auprès de ses partenaires ainsi que la performance de l'entreprise sur le plan économique, environnemental et social.

Ethique professionnelle

Nos normes professionnelles et éthiques jouent un rôle fondamental dans le fonctionnement d'Actelion et comprennent les politiques relatives à l'environnement de travail, le recrutement, la formation, les bonnes pratiques professionnelles ainsi que les normes éthiques et légales.

Gouvernance d'entreprise

Nous nous engageons à respecter les politiques et bonnes pratiques de gouvernance d'entreprise qui permettent une représentation équitable des intérêts de nos actionnaires.

Collaborateurs

Nos collaborateurs sont notre atout le plus précieux car ils incarnent l'esprit d'innovation et de création sur lequel se fonde l'entreprise. Pour favoriser cet esprit, Actelion encourage activement les évolutions de carrière et met tout en œuvre pour améliorer la qualité de vie de ses salariés sur le lieu de travail.

Patients

Nous mettons tout en œuvre pour découvrir et développer des médicaments innovants afin de répondre à des besoins médicaux non satisfaits et d'améliorer ou de prolonger la vie des patients.

Environnement

Les questions environnementales sont traitées avec un grand sens des responsabilités afin de respecter les normes les plus strictes.

Message du président

Depuis sa fondation en 2005, la société ADDMEDICA s'est continuellement développée au service des patients souffrant de maladies rares ou de situations cliniques graves.

En hématologie, elle détient l'Autorisation européenne de Mise sur le Marché du seul médicament spécifiquement indiqué dans une maladie rare appelée drépanocytose.

Dans le domaine des greffes d'organes, elle distribue en France le liquide le mieux adapté à la conservation des greffons pulmonaires ainsi qu'un liquide expérimental pour évaluer la fonctionnalité des poumons avant transplantation.

Enfin, dans le domaine de la cicatrisation, elle distribue une gamme de cinq produits de haute technologie à usage principalement hospitalier.

De nouveaux produits vont bientôt enrichir cette gamme toujours orientée vers les besoins thérapeutiques non satisfaits.

Fière du parcours accompli, toute notre équipe, consciente de l'utilité de sa mission, aborde les prochaines années avec confiance dans sa réussite.

Valeurs

Depuis sa création, Alcon a connu une réussite et une croissance remarquables. Si des évolutions ont été inévitables et nécessaires au cours de notre progression, le respect des principes directeurs qui définissent l'entreprise depuis sa création a été constant. Ces valeurs fondamentales nous ont été précieuses au fil des ans et, continueront de nous guider vers une réussite encore plus grande dans le futur.

Voici une brève explication de nos valeurs et de la façon dont les employés peuvent les "vivre" :

Intégrité

Notre succès et notre leadership en matière d'ophtalmologie sont le résultat de normes éthiques rigoureuses qui guident la conduite de nos activités depuis de nombreuses années. Les employés dotés d'intégrité font ce qui est "bien". Ils prennent des décisions judicieuses, sont honnêtes et justes dans l'exercice de leurs fonctions.

Innovation

Nos chercheurs sont en permanence en quête de nouvelles voies pour le traitement des problèmes oculaires et des pathologies ophtalmiques les plus délicates. Des employés innovants recherchent des solutions créatives et des idées nouvelles dans la gestion de leur travail.

Qualité

Nous nous devons de fournir des produits excellents et sans équivalent pour améliorer la vue et la santé des yeux. Des employés qui visent l'excellence, quelle que soit leur tâche ou leur mission, produiront assurément des résultats de qualité.

Engagement

La longue histoire d'Alcon témoigne de sa volonté d'anticiper et de répondre aux besoins des médecins et des patients en matière de soins ophtalmiques, en participant également à des missions et des projets humanitaires dans le monde entier. Un employé engagé fait ce qui est bien, guidé par le désir de faire la différence.

Respect

Nos personnels sont nombreux et très divers, mais nous formons une "famille" qui œuvre à un but commun. L'équité et le travail d'équipe sont donc essentiels à notre réussite. Etre courtois avec les autres, écouter avec intérêt et partager volontiers ses idées est pour les employés un témoignage de respect envers leurs collègues.

Performance

Pour réussir dans notre activité, nous devons nous fixer des objectifs ambitieux, les atteindre et nous considérer comme responsables des résultats. Nos patients, nos clients et nos actionnaires comptent sur nous !

Ce que nous faisons pour les patients est important mais les méthodes pour le faire le sont tout autant. AstraZeneca exige que tous les membres du groupe observent les plus hauts niveaux d'intégrité et d'honnêteté. Toutes nos relations avec nos partenaires et la société au sens large doivent se dérouler dans le respect de l'éthique et des convenances.

C'est pourquoi il est demandé à tous les collaborateurs de se conformer aux lois et réglementations des pays dans lesquels nous travaillons, aux codes nationaux et internationaux en vigueur, ainsi qu'au Code de Bonne Conduite AstraZeneca, ses politiques et principes associés.

Le Code de Bonne Conduite est un document de référence fondamental pour AstraZeneca, conçu pour aider les collaborateurs du monde entier à bien comprendre nos valeurs d'entreprise et à adopter un comportement éthique, responsable et cohérent dans toutes nos activités au quotidien.

Disponible dans plus de 40 langues, le Code de Bonne Conduite s'applique à l'ensemble des membres du groupe AstraZeneca.

Développement durable : l'engagement de Baxter

Pour Baxter, les priorités de développement durable sont liées à des objectifs sociétaux plus vastes. Améliorer l'accès aux soins de santé, encourager la diversité et l'intégration, renforcer l'éducation et réduire l'impact sur l'environnement sont autant de domaines dans lesquels le succès de Baxter contribue au bien commun. Agir avec

intégrité, garantir la santé et la sécurité de ses collaborateurs et développer des partenariats avec les fournisseurs pour mettre en place une chaîne logistique plus écologique sont tout aussi importants que le leadership industriel.

Le développement durable fait partie intégrante de la culture de Baxter depuis 1976. D'ailleurs, l'entreprise a reçu de nombreuses distinctions qui récompensent ses efforts dans ce domaine. Baxter sait l'importance d'avoir des priorités claires sur lesquelles concentrer ses efforts et diriger ses initiatives en matière de développement durable. Depuis 2007, Baxter a défini trois domaines prioritaires : nos Collaborateurs, nos Actions et Produits et notre Monde. Depuis lors, Baxter s'est fixé des objectifs de performance à long terme pour chaque priorité. La progression vers ces objectifs est mesurée tous les trimestres et communiquée à la direction.

Projets avec des ONG et Assistance aux opérations de secours

Les trois piliers d'un développement durable

Plus que jamais, la notion de développement durable marque le travail des entreprises axées sur la recherche comme Bayer. Le débat mené au plan international sous la notion de "Sustainable Development (SD)" a pris beaucoup d'importance dans la façon dont le public juge les produits et le comportement des entreprises. Le développement durable est plus que la simple protection de l'environnement : la notion englobe également l'exigence de la société de voir préserver les ressources naturelles, la volonté de disposer de produits et de procédés respectueux de la société et de l'environnement ainsi que la volonté de voir les entreprises apporter elles aussi leur contribution au développement social et au respect des principes éthiques. L'objectif est de doter l'entreprise d'une valeur durable, reposant sur trois piliers : l'économie, l'écologie et la responsabilité sociale. Ces piliers sont solidement ancrés dans la recherche, il convient ici, au sein d'un jeu complexe d'interaction, d'assurer l'équilibre entre les aspects économiques, la compatibilité environnementale et les aspects sociaux. Le caractère durable et la rentabilité ne sont pas forcément incompatibles.

Bayer a réuni les conditions organisationnelles de l'interaction entre l'innovation et le caractère durable en fondant le "Corporate Sustainability Board", placé sous la direction du membre du directoire chargé de l'innovation, de la technologie et de l'environnement. Ce comité statue sur les objectifs, les stratégies et les initiatives en prenant en considération les intérêts des différents groupes concernés, comme les clients, les consommateurs, les autorités, la politique, la science, l'opinion publique, les collaborateurs et les actionnaires. Les responsables du Corporate Sustainability Board chargés de piloter le processus permanent d'amélioration au sein de l'entreprise disposent d'indicateurs de performances clés qui visualisent les principaux paramètres en matière de sécurité et d'environnement (la consommation des ressources, par exemple).

Bayer contribue dès aujourd'hui au respect du protocole international de Kyoto sur la protection climatique par une baisse substantielle de ses émissions polluantes. Le Groupe a ainsi réduit les rejets directs de gaz à effet de serre de plus de la moitié par rapport à 1990 et réalise donc déjà les objectifs fixés pour l'Allemagne à l'horizon 2010.

Un engagement social mondial

Bayer est l'une des quelques cinquante entreprises dans le monde - dont huit originaires d'Allemagne - à avoir adhéré à l'initiative Global Compact (site international) lancée par M. Kofi Annan, secrétaire général des Nations unies. Nous assumons notre responsabilité sociale

et nous nous engageons dans de nombreux endroits du monde contre le travail des enfants et le travail forcé, contre la discrimination et en faveur de la protection de la santé, de l'environnement et de la nature. Ces normes influencent fortement nos décisions actuelles et à venir.

Bayer encourage et soutient dans le monde entier plusieurs centaines de projets sociaux et environnementaux, témoignant ainsi de la vive conscience qu'elle a de la responsabilité sociale qui lui incombe en tant qu'entreprise (Corporate Social Responsibility). Les projets concrets vont du soutien apporté à l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) dans sa lutte contre la maladie du sommeil, qui menace 60 millions d'êtres humains en Afrique, à l'aide apportée à la Fondation Clinton pour son action pour le sida. On citera également la coopération avec le programme des Nations unies pour l'environnement (P.N.U.E.) et la participation au programme "Fome Zero" (Zéro Faim) par lequel le gouvernement brésilien lutte contre la pauvreté dans ce qui est le plus grand pays d'Amérique du Sud.

La vie associative, une tradition Bayer depuis la fin du XIXème siècle, est un aspect inhabituel de l'engagement social d'une entreprise industrielle. A l'étranger également, de nombreuses implantation du Groupe ont leurs "clubs Bayer", qui organisent des manifestations sportives ou culturelles pour les collaborateurs et les voisins de l'entreprise.

PRINCIPES ETHIQUES

Biogen Idec respecte les recommandations de l'ANSM (Agence Nationale de Sécurité du Médicament et des produits de santé) et du LEEM (Les Entreprises du Médicament). Ces recommandations définissent la communication sur Internet des entreprises pharmaceutiques auprès des professionnels de santé et du grand public. Biogenidec.fr s'engage à respecter la charte par l'application des dispositions suivantes (cette charte est consultable sur le site de l'ANSM

Les dispositions du Code de la Santé Publique concernant la communication sur les médicaments.

Les restrictions d'accès concernant les professionnels de santé.

Les modalités de dépôt des pages du site auprès de l'ANSM et des demandes de visas le cas échéant.

Les critères d'objectivité et de qualité concernant les bases de données bibliographiques consultables sur le site.

Les données concernant l'utilisateur et notamment l'interdiction d'un profilage à son insu.

L'engagement de responsabilité sur les liens externes au site, sachant que cette responsabilité se limite uniquement à la page sur laquelle pointe le lien.

Les règles de correspondance concernant les demandes de bibliographie ou de documentation médicale (démarche active de la part de l'utilisateur sans suggestion implicite ou explicite).

La possibilité de mettre en place des liens hypertexte vers des résumés ou compte rendus de congrès auprès d'éditeurs de presse ou de sites de congrès, et diffusés sous leur responsabilité et celle de leur comité de lecture.

L'information promotionnelle sur les médicaments se fera dans le strict respect des indications de l'Autorisation de Mise sur le Marché et d'après des sources scientifiques objectives et reconnues.

Les délais de mise à jour de l'information concernant les médicaments.

Pharmacien Responsable

Nos valeurs

Par son projet d'entreprise, CHIESI S.A. veut affirmer à la fois son image en interne et en externe.

Transparence, Service Client, Intégrité, Excellence, Respect des Individus et Esprit d'Equipe sont les 6 valeurs qui constituent les racines de sa nouvelle culture d'entreprise.

Sur la base de ces valeurs, une véritable politique de ressources humaines a été décidée, ouverte sur le développement de l'ensemble des collaborateurs et la recherche de l'excellence.

CHIESI S.A. souhaite maintenir le niveau de compétences de ses collaborateurs au regard du marché mais aussi leur donner l'opportunité de développer leurs talents professionnels.

Dans cet esprit, des entretiens annuels ont été formalisés pour que chacun puisse identifier sa contribution individuelle aux objectifs de l'entreprise et exprimer ses projets d'évolution professionnelle.

Le souci de « transparence » signifie qu'il n'y a pas d'empire à l'intérieur ni à l'extérieur de la société. A l'intérieur, les collaborateurs travaillent en partageant l'information dont ils disposent. Vers l'extérieur, CHIESI S.A. entend donner le maximum d'informations sur ses structures, ses objectifs, sa façon de développer les produits...

L'entreprise doit satisfaire tous ses interlocuteurs.

L'intégrité doit être prioritaire, dans l'industrie pharmaceutique plus qu'ailleurs.

Elle est indispensable en interne pour nos collaborateurs.

En externe elle se traduit par le plus strict respect de la loi qui régit la santé publique.

La « recherche d'excellence » signifie premièrement, faire prendre conscience aux clients des efforts fournis par chacun des collaborateurs et deuxièmement les amener à situer l'entreprise parmi les partenaires privilégiés en terme d'information et de service.

Chez CHIESI S.A., les collaborateurs représentent une valeur intrinsèque importante.

Ils doivent être reconnus comme des acteurs fondamentaux et pouvoir se développer au sein de l'entreprise.

Cela demande une gestion des ressources humaines plus complexe mais plus valorisante pour chacun.

Cette valeur concerne également les éléments extérieurs à l'entreprise et plus particulièrement les patients traités par nos médicaments.

Personne dans un laboratoire ne peut, aujourd'hui, maîtriser à lui seul un processus pharmaceutique devenu bien trop complexe.

Les différents départements doivent donc s'accorder et travailler ensemble.

C'est pourquoi « l'esprit d'équipe » reste une valeur primordiale aujourd'hui pour CHIESI S.A.

Les Valeurs de Grünenthal

L'attention La proximité avec le client Le leadership

Nos valeurs déterminent nos comportements dans chacune de nos relations avec nos patients, clients, partenaires, parties prenantes et avec le public.

L'attention, le leadership et la proximité avec le client ne nous aident pas uniquement à réussir sur le marché.

Ces valeurs reflètent notre responsabilité envers les patients, les employés et la société. Une responsabilité que nous nous efforçons d'assumer partout dans le monde.

L'attention

Engagement Honnêteté Enthousiasme

La proximité avec le client

Compréhension Empathie Confiance

Le leadership

Innovation Courage Ténacité

Notre philosophie

La Vision, la Mission et les Valeurs du groupe Lundbeck sont fondées sur des convictions essentielles dans lesquelles toute l'entreprise et ses collaborateurs doivent se retrouver.

Vision : Devenir leader en psychiatrie et neurologie.

Mission : Améliorer la qualité de vie des patients souffrant de maladies psychiatriques et neurologiques.

Valeurs :

Imaginatif Ouverts d'esprit et plein de ressources, nous avons le courage d'explorer de nouveaux moyens, de repousser les limites du traitement des troubles du système nerveux central.

Passionné Nous croyons que les actions valent plus que les mots pour évoluer avec énergie et confiance. Nous n'abandonnons jamais.

Responsable Notre réputation est fondée sur le respect, la confiance et l'intégrité. Nous savons que nos actes et nos décisions peuvent avoir un impact majeur sur autrui.

Menarini

L'entreprise attache une très grande importance également à la qualité de ses collaborateurs : jeunes (34 ans de moyenne d'âge), ils partagent les mêmes valeurs :

esprit d'équipe

performance

qualités humaines

Cette culture d'entreprise est perpétuée par le très fort taux de promotion interne : sur le terrain de nombreux postes d'encadrement sont occupés par des salariés ayant eu l'opportunité d'une promotion interne.

Mundipharma

PERFORMANCE, ÉTHIQUE, RECONNAISSANCE ET BIENÊTRE...

NOS VALEURS NOUS PORTENT PLUS LOIN

Parce que la réussite d'une entreprise dépend à la fois du savoir être et du savoir-faire de ses collaborateurs,

Parce que nous veillons à ce que chacun révèle

ses talents dans sa sphère de compétence,

Parce qu'enfin, nous pensons que compétence et dynamisme sont des moteurs, pour le succès collectif de notre société.

Notre priorité est de créer un environnement évolutif, présenter des métiers opérationnels, valoriser le travail en équipes transverses, afin que puissent clairement s'exprimer les compétences personnelles et professionnelles de nos collaborateurs et contribuer ainsi à la constante progression de nos objectifs définis dans le respect de notre stratégie et des valeurs de notre entreprise.

Ces valeurs que nous avons communément identifiées et que nous avons à cœur de respecter sont la Performance, l'Éthique, la Reconnaissance et le Bien-être.

Novartis

Notre vision

Le patient est au cœur de nos préoccupations.

Notre mission

Nous voulons découvrir, développer et commercialiser des produits qui soignent les maladies, soulagent la souffrance et améliorent la qualité de vie.

Nous souhaitons également récompenser comme il se doit ceux qui nous apportent leurs idées et leur travail.

Notre ambition

Nous voulons être reconnus comme une entreprise dont les produits ont un impact positif sur la vie des gens, et qui répondent non seulement aux besoins mais surpassent les attentes de nos différents publics.

Nous voulons être connus pour le dynamisme de notre environnement de travail, où chacun a la possibilité de réaliser ses ambitions professionnelles et où l'utilisation des technologies les plus innovantes sont privilégiées.

Nous souhaitons que notre contribution à la société se mesure à travers notre apport économique, à la qualité et aux bienfaits de nos produits, ainsi qu'à notre attitude d'ouverture et de dialogue avec nos différents publics.

Notre stratégie

Novartis a établi la ligne stratégique suivante :

Investir massivement dans la recherche et le développement, afin de mettre continuellement sur le marché de nouveaux médicaments innovants. Renforcer les activités de Sandoz dans les génériques - produits grâce auxquels, à l'échéance du brevet, un traitement meilleur marché peut être proposé.

Intensifier nos activités à fort potentiel de synergies, en particulier entre Pharmaceuticals, OTC (automédication) et Santé Animale.

Poursuivre le développement de notre nouveau pôle de croissance «Vaccins et Diagnostic» en mettant l'accent sur la prévention.

Novo Nordisk

Un engagement pour changer le cours de l'épidémie mondiale du diabète

Changing Diabetes® est aujourd'hui la véritable signature de

Novo Nordisk pour l'ensemble des actions nationales et internationales menées pour changer la vision du diabète.

Pour bénéficier de cette caution, les initiatives doivent répondre à des objectifs clairement définis :

Sensibiliser au diabète et le prévenir

Faire évoluer la perception du diabète

Améliorer la qualité de vie des personnes atteintes de diabète

Investir dans la recherche et l'innovation

Pfizer

ENGAGEMENT 1 : Bâtir un code de communication responsable et y inscrire l'ensemble de ses prises de parole externes

ÉTAT DES LIEUX DE LA DÉMARCHE À FIN 2011

THÈMES/ACTIONS

OBJECTIFS ET RÉALISATIONS

1 Diffusion et formation au code d'éthique professionnelle Pfizer

Diffusion du code d'éthique aux nouveaux collaborateurs (formation à l'arrivée de tout nouveau collaborateur et inscription des grandes règles déontologiques dans le Guide du nouvel arrivant) et formation/rafraîchissement en e-learning pour 100 % des collaborateurs, avec 100 % de réussite au test final.

2 Certification de la visite médicale

Audit de suivi de la charte de la visite médicale réalisé (certification pour la ville et l'hôpital).

INDICATEURS

Pourcentage de collaborateurs formés au code d'éthique professionnelle (100 %)

Note et commentaires obtenus lors de l'audit de certification de la visite médicale.

ACTIONS EN COURS OU ENVISAGÉES POUR 2012

Systématiser dans les appels d'offres avec les prestataires la présence de la rubrique "Responsabilités", qui donne le positionnement responsable de l'entreprise, ses engagements et ses attentes vis-à-vis de ses prestataires notamment (en termes de responsabilité indirecte de l'entreprise).

Diffuser la brochure "Pfizer, acteur de santé engagé dans le développement durable" aux parties prenantes concernées pour asseoir notre vision de la responsabilité et nos codes de conduite responsable
ENGAGEMENT 2 : Inciter les publics auxquels on s'adresse à des comportements responsables
aux collaborateurs, avec le maintien de la permanence pressing (par un ESAT) sur le site.

INDICATEURS

Retombées presse, mesure de fréquentation des sites web de prévention, posttests de campagne.

En interne : résultats de l'Observatoire du stress, nombre de sollicitations de la psychologue, fréquentation de la salle de sport et de la permanence pressing.

ACTIONS EN COURS OU ENVISAGÉES POUR 2011/2012

Mettre en place et lancer la plateforme de covoiturage, avec une campagne de sensibilisation sur la limitation des émissions de CO2 et autres bénéfices du covoiturage.

Renouvellement de campagnes de prévention grand public.

ENGAGEMENT 3 : Utiliser avec loyauté les données privées sur ses clients finaux dans sa démarche marketing et commerciale

OBJECTIFS ET RÉALISATIONS

1 Enrichissement du process interne de validation avant diffusion

Le service dédié à l'assurance de la qualité de la communication vérifie non seulement le matériel promotionnel (obligation sectorielle), mais élargit son périmètre en se portant conseil sur la plupart des communications externes ou en vérifiant par exemple le respect de chartes comme UDA/SNPM (presse médicale).

Sont sollicités pour avis ou conseils des organismes tels l'ARPP ou des parties prenantes comme les sociétés savantes, afin de nous assurer une communication responsable.

INDICATEURS

Nombre de sollicitations du service dédié à l'assurance de la qualité de la communication ou de sollicitations (non obligatoires) d'organismes comme l'ARPP.

ENGAGEMENT 5 : Intégrer l'impact environnemental dans les critères de choix des supports de communication

ÉTAT DES LIEUX DE LA DÉMARCHE À FIN 2011

THÈMES/ACTIONS

OBJECTIFS ET RÉALISATIONS

1 Bilan carbone

Appropriation de l'outil de mesure des gaz à effets de serre coélaboré avec le Leem (CarbonEM) au siège. Grands axes d'amélioration à définir.

2 Sensibilisation des achats et services concernés à l'intégration systématique de l'impact environnemental dans les critères de choix d'un prestataire

Conception d'une grille de sélection et début de sensibilisation des directeurs/managers concernés à la problématique.

3 Formation des collaborateurs au développement durable

Participation à la conception de modules de formation au DD en présentiel et en e-learning par le Leem (syndicat professionnel sectoriel) et début de déploiement sur le site de production.

INDICATEURS

Réduction de consommations énergétiques, de supports papier, des rejets de CO2 liés aux transports...

Nombre de collaborateurs des services achats, marketing, communication... sensibilisés à l'intégration systématique de l'impact environnemental dans les critères de choix d'un prestataire.

Nombre de collaborateurs formés au développement durable.

ACTIONS EN COURS OU ENVISAGÉES POUR 2012

Adapter et valider avec le service achats la grille de sélection des prestataires donnant un poids important aux critères environnementaux dans le choix du prestataire. Déployer l'utilisation de cette grille. Poursuivre le déploiement sur le site de Paris des modules de formation au développement durable.

Roche

La recherche médicale a fait, ces dernières décennies, de nombreuses avancées. Pourtant les besoins médicaux non satisfaits sont encore très importants. Première cause de mortalité en France, les cancers causent chaque année près de 150 000 décès. La polyarthrite rhumatoïde touche 300 000 personnes ; plus de la moitié sont contraintes d'arrêter leur activité professionnelle moins de 5 ans après le début de la maladie ; près d'un demi million de personnes vivent avec une hépatite chronique B ou C et la moitié d'entre elles ne le savent pas. 860 000 personnes sont atteintes de la maladie d'Alzheimer et l'association France Alzheimer estime qu'elles seront plus de 2 millions en 2040.

Le groupe Roche a choisi de se focaliser sur l'innovation et a adapté son modèle d'entreprise pour apporter le plus rapidement possible aux patients de nouvelles solutions thérapeutiques et diagnostiques, plus sûres et plus efficaces.

Une R&D innovante et créatrice de valeur

Le groupe Roche consacre 19,2 % de son chiffre d'affaires global à la R&D (recherche et développement) soit 7 milliards d'euros en 2012. Il était ainsi le premier investisseur mondial en R&D toutes industries confondues en pourcentage du chiffre d'affaires réinvesti en R&D en 2011 d'après la 8ème édition de l'étude "Global Innovation 1000" réalisée par le cabinet Booz & Co en 2012. 23,5% des effectifs du groupe (19 279 collaborateurs) travaillent pour la R&D dans 5 aires thérapeutiques majeures où les besoins sont importants : oncologie, inflammation, maladies infectieuses, métabolisme et système nerveux central.

Le modèle de R&D Roche est unique au sein des grands groupes pharmaceutiques. Il repose sur la double expertise pharmaceutique et diagnostique. Ce qui caractérise les chercheurs de Roche : leur détermination à mieux comprendre les mécanismes moléculaires des maladies afin de faire progresser la médecine personnalisée au bénéfice des patients.

Une organisation ouverte et performante

La R&D du groupe repose sur un modèle très collaboratif qui favorise la diversité des approches. En réunissant les expertises et les talents de ses scientifiques, des chercheurs académiques et en construisant les partenariats publics privés nécessaires, Roche entend accélérer l'innovation et mettre à disposition des patients des traitements plus ciblés et mieux tolérés.

Les investissements menés en France ces dernières années, avec notamment le lancement de l'Institut Roche de Recherche et de Médecine Translationnelle en 2011, sont le reflet de cette culture des partenariats public/privé dans les sciences du vivant.

Sandoz

La qualité, notre priorité

La qualité est au cœur des préoccupations de Sandoz.

Nous nous attachons à maîtriser l'ensemble de la chaîne de développement et de production de nos médicaments, afin de garantir une qualité optimale à tout moment. Sandoz veille à la stricte application des normes françaises et européennes et se conforme aux Bonnes Pratiques de Fabrication définies par l'Agence Nationale de Sécurité du Médicament (ANSM).

Le strict respect des exigences réglementaires

Afin de produire ses médicaments, Sandoz s'appuie tout d'abord sur de nombreux référentiels locaux existants et communément partagés (code de la Santé Public, Bonnes pratiques de fabrication françaises et européennes,...). Ces référentiels définissent une ligne directrice de base garantissant une production de qualité.

Au-delà de ces référentiels réglementaires, Sandoz, division médicaments génériques et bio-similaires du groupe suisse Novartis, s'appuie également sur une forte volonté et culture interne de la Qualité. De nombreux standards techniques et des niveaux d'exigence très poussés sont définis, compte tenu de l'avancée scientifique dans de très nombreux domaines et des exigences demandées par l'ensemble des autorités mondiales de Santé.

Ainsi, des référentiels Qualité, constamment actualisés au regard des connaissances pharmaceutiques et partagés au sein du groupe, synthétisent l'ensemble des exigences requises et imposées par Novartis et Sandoz pour la production de médicaments.

Le respect de ce niveau très élevé de Qualité pharmaceutique des médicaments mis sur le marché est constamment recherché, dans le but de tendre vers l'excellence dans ce domaine et d'être toujours reconnu comme une référence dans le milieu pharmaceutique.

Pour optimiser la qualité de nos médicaments, nous avons mis en place un contrôle de la qualité particulièrement exigeant qui s'applique à chaque étape du cycle de vie du médicament, qu'il s'agisse du développement, de la fabrication ou de la commercialisation.

Il s'appuie notamment sur :

- un département pharmacovigilance qui surveille les éventuels effets indésirables de nos produits ;

- un département assurance-qualité qui inspecte les sites de fabrication de chaque produit commercialisé ;

- un programme de qualification des fournisseurs de principe actif, garantissant la qualité dès les premières étapes de la production.

Sanofi

NOTRE ENGAGEMENT POUR LES PATIENTS

Depuis des décennies, Sanofi s'engage à apporter des solutions innovantes aux patients. Non seulement en mettant des médicaments à leur disposition mais en leur apportant une aide pour la prise en charge globale de leur maladie afin de faciliter leur vie quotidienne.

Cet engagement passe aussi par des partenariats avec les associations de patients. De nombreuses associations de patients agissent pour aider les personnes malades et leur entourage. En France, près de 4 millions de personnes sont adhérentes de ces associations, témoignant du rôle essentiel qui est le leur.

NOTRE ENGAGEMENT POUR LES PROFESSIONNELS DE SANTÉ

Améliorer la santé de tous, c'est l'ambition de l'ensemble des professionnels de santé. Sanofi s'engage à leurs côtés : pour les informer, les accompagner dans l'évolution de leur métier ou travailler sur des projets communs. Exemples...

La charte de la visite médicale

Les Entreprises du médicament (Leem) et le Comité économique des produits de santé (CEPS) ont signé en 2004 une charte de la visite médicale pour la médecine de ville. Par cette charte, les Entreprises du médicament s'engagent à délivrer aux médecins une information de qualité, tant orale qu'écrite, à avoir des pratiques de qualité vis-à-vis de leurs partenaires et à permettre au médecin de s'exprimer sur la qualité de la visite médicale. Ces dispositions ont été étendues à la visite médicale hospitalière en juillet 2008.

La visite médicale de Sanofi est l'une des premières à avoir été certifiée en février 2007 sur la base d'un référentiel de la Haute Autorité de santé, établi en miroir de cette charte. Cette certification a depuis été confirmée chaque année, après audit.

Dans sa politique de qualité de sa visite médicale, Sanofi met l'accent sur 3 points :

le niveau de connaissances des visiteurs médicaux

la qualité et l'actualisation des documents promotionnels

la qualité du discours oral des visiteurs médicaux

Annexe 6

Textes anglais mis en forme et soumis à IRaMuTeQ

Un travail similaire à celui effectué sur les textes en français a dû être réalisé pour les textes en anglais. ...). Pour mémoire, ce texte a été établi à partir des « chartes » présentées sur les sites internet des entreprises suivantes : Alexion , Allergan, Amgen, Astellas, Bracco, Ferring, Gilead.

**** eng txt / var : adv ; conj ; sym

Policies

Alexion has a number of workplace policies that establish and reinforce our commitment to sustaining a respectful and productive work environment.

Diversity

Alexion is a company that is committed to developing innovative treatments for rare and serious diseases. We cannot discover these innovation solutions without diverse ideas and approaches from our people. Alexion is an equal-opportunity employer committed to building a respectful work environment that embraces a diversity of perspectives.

Ethics

Alexion expects its employees at all levels to behave with integrity and honesty. We have an extensive Code of Ethics that guides our behavior both internally and when dealing with outside partners, physicians, patients and other organizations. Click here to read Alexion's complete Code of Ethics.

It is the Company's policy to comply with all applicable governmental laws, rules and regulations, including the California Comprehensive Compliance Program.

Employee Health & Safety

Alexion is committed to providing a safe work environment. We regularly evaluate all job categories to eliminate or reduce risk factors, with an emphasis on employee safety and wellness. Our on-site safety programs include ergonomics, laboratory safety, office safety, electrical safety, forklift safety, and contractor/visitor safety. We seek to continuously advance our safety performance and encourage our employees to suggest safety improvements through our employee-driven safety committee.

Alexion is an Equal Opportunity/Affirmative Action Employer

Allergan Mission and Values

Allergan is a multi-specialty health care company focused on discovering, developing and commercializing innovative pharmaceuticals, biologics and medical devices that enable people to live life to its greatest potential – to see more clearly, move more freely, express themselves more fully.

Our focus fosters deep engagement with medical specialists and we make it our business to listen closely to their needs so that together we can advance patient care. We combine this strategic focus with a diversified approach that enables us to follow our research and development into new specialty areas where unmet needs are significant. In partnership with the medical community, we bring to bear scientific

excellence and rigor to deliver leading products that improve patient outcomes.

We go above and beyond this to provide education and information, with the highest level of integrity, that helps patients to fully understand the choices available to them and make well-informed treatment decisions with their doctors. We know we are successful when doctors and patients place their trust in our products and our company, when our employees excel and when our efforts make a meaningful difference in the lives of the patients and communities we serve.

Our Values

Customer Focus - Every action we take is with an eye on the "Three P's": The patients who benefit from our products, the physicians who trust our products and the payers who recognize the value of our products.

Impact - We make an impact - going the extra distance to get the very best results, applying the highest standards to all that we do. We value and reward smart, fast action that gets meaningful results.

People + Passion - We succeed primarily through our people, whose talent brings quality to our work and whose passion brings commitment - not just from processes and structures alone.

Collaboration - We are committed to sharing our knowledge and collaborating as a team to reach common goals. We promote and encourage different personal and cultural perspectives that drive new thinking.

Innovation - We are uncomfortable with the status quo. We adapt, we improve, we have the courage to thoughtfully take risks as a team and seize new opportunities - for the company and ourselves.

Integrity - We get results the right way, without cutting corners. We are transparent, clear and respectful in our dealings with customers, co-workers and partners.

Our Mission and Values

Amgen strives to serve patients by transforming the promise of science and biotechnology into therapies that have the power to restore health or even save lives. In everything we do, we aim to fulfill our mission to serve patients. And every step of the way, we are guided by the values that define us.

Our Mission: To Serve Patients

Our Values:

Be Science-Based

Compete Intensely and Win

Create Value for Patients, Staff and Stockholders

Be Ethical

Trust and Respect Each Other

Ensure Quality

Work in Teams

Collaborate, Communicate and Be Accountable

Be Science-Based

Our success depends on superior scientific innovation, integrity and continuous improvement in all aspects of our business through the application of the scientific method. We see the scientific method as a multi-step process that includes designing the right experiment, collecting and analyzing data and rational decision making. It is not subjective or emotional, but rather a logical, open and rational process. Applying the scientific method in all parts of the organization is expected and highly valued.

Compete Intensely and Win

We compete against time, past performance and industry rivals to rapidly achieve high quality results. Winning requires taking risks. We cannot be lulled into complacency by previous achievements. Though we

compete intensely, we maintain high ethical standards and demand integrity in our dealings with competitors, customers, partners and each other.

Create Value for Patients, Staff and Stockholders

We provide value by focusing on the needs of patients. Amgen creates a work environment that provides opportunities for staff members to reach their full potential. We strive to provide stockholders with superior long-term returns while balancing the needs of patients, staff and stockholders.

Be Ethical

We are relentless in applying the highest ethical standards to our products, services and communications.

Trust and Respect Each Other

Every job at Amgen is important and every Amgen staff member is important. We attract diverse, capable and committed people and provide an environment that fosters inclusion, respect, individual responsibility and values diversity. Trust is strengthened through personal initiative and by obtaining quality results rapidly.

Ensure Quality

Quality is a cornerstone of all of our activities. We seek the highest quality information, decisions and people. We produce high quality products and services. Quality is woven into the fabric of everything we do.

Work in Teams

Our teams work quickly to move scientific breakthroughs from the lab through the clinic to the marketplace and to support other aspects of our business. Diverse teams working together generate the best decisions for patients, staff and stockholders. Our team structure provides opportunities for Amgen staff to impact the direction of the organization, to gain broader perspective about other functions within Amgen and to reach their full potential.

Collaborate, Communicate and Be Accountable

Leaders at Amgen seek input and involve key stakeholders in important decisions. In gathering input, strong leaders will welcome diverse opinions, conflicting views and open dialogue for serious consideration. They will clearly communicate decisions and rationale openly and in a timely manner. Once a decision is made, the leader and members of the team will all be accountable for the results and for implementing the decision rapidly.

Astellas Philosophy :

The philosophy of Astellas highlights our attitude towards all our stakeholders—healthcare professionals, shareholders, employees, and the global community.

The Astellas Group's business philosophy has three elements: *raison d'être*, mission, and beliefs.

Our Raison d'Être

Astellas is committed to contributing towards improving the health of people around the world through the provision of innovative and reliable pharmaceutical products.

Mission

Sustainable enhancement of enterprise value

Astellas will seek to enhance its enterprise value in a sustainable manner.

Astellas will seek to be the company of choice among all its stakeholders, including its customers, shareholders, employees, and the global community.

Astellas will strive to gain the trust of all stakeholders and thereby enhance its enterprise value.

Beliefs

Our beliefs provide the code of conduct we value at all times. Astellas will always be comprised of people who act upon these beliefs.

High Sense of Ethics

We will always manage our business with the highest sense of ethics.

Customer Focus

We will always seek to understand customer needs, and our focus will always be on achieving customer satisfaction.

Creativity

We will not be complacent and will always seek to innovate to create new value.

Competitive Focus

Our eyes will always be directed to the outside world, and we will continue to create better value faster.

Astellas promises to perform its obligations towards all stakeholders by acting ethically and seeking to actively disclose material information.

Mission

The Group's development and its corporate social responsibility commitment are based on the company's values, which are the result of a business vision shared by four generations of the Bracco family.

Respect, balance and quality are the principles guiding the business and the initiatives to help staff and the community, which are a point of reference for modern communities.

Bracco's CSR is rooted in the company's values and has always been in the company's genetic code.

It is a way of running a business in which helping employees and the people in the area, protecting the environment and promoting innovation are crucial elements in business management. Most importantly, they are the underlying foundations of corporate culture.

For Bracco, Corporate Social Responsibility means giving the company a role in a social context and contributing to the improvement of society, the environment and everybody's quality of life.

There is no better proof of this than the company's programmes, which are continuously carried forward with determination, commitment and coherence.

The company's social commitment is particularly focused on the elderly, the young, on women, culture and the environment, and aims at creating a strong bond and partnership with the various stakeholders, i.e. employees, institutions, community members and customers.

People come first at Ferring

Because:

Patients using our products and physicians prescribing them have a right to expect:

that we will only make available those products in which we have full confidence.

that we will offer the best possible products at the most reasonable cost.

that Ferring's employees will always display courtesy and respect, and act professionally.

Ferring seeks the loyalty of these patients and physicians, and we are prepared to earn this loyalty anew every day.

Ferring expects that its employees will create value for the company and its stakeholders.

Ferring employees, at all levels, have a right to expect from the company and their colleagues:

respect, support and encouragement.
a work environment that is safe, stimulating and rewarding.
the freedom to make mistakes and to admit to them without fear of retribution.
that the highest standards of integrity will be maintained at all times.
that colleagues will never knowingly do anything to compromise their position as Ferring employees.
that all who represent Ferring will do so in ways that generate respect for the company and its employees.
Ferring asks its employees to:
Always do what is right, proper and ethical, and encourage your colleagues to do so.
Speak out when you think that wrongs are being committed in Ferring's name.
Be loyal, but only to that which is just, equitable, honorable and principled - and true to the Ferring philosophy.
No statement of principled behaviour can ever cover every situation, or deal with every contingency. It can only set the tone, making each individual responsible for applying that tone to his or her everyday practice. We strive to set that tone with five simple words:
People come first at Ferring.
Respect for human rights is a critical aspect of Gilead's commitment to responsible corporate conduct. Through Gilead's Access Program, Gilead, itself or through partners, provides HIV medications to over 1.8 million people in the developing world on a no- or low-profit basis. In addition, thousands of patients in the United States receive free drug from Gilead because they have lost healthcare coverage or are waiting for coverage to begin. We have taken a number of steps, and are considering others, to ensure that our products are not tainted by ethical violations, such as human trafficking and slavery. These steps involve many links of our supply chain, starting with us at Gilead:

Our Employees

The Gilead Code of Ethics requires employees' compliance with all laws and mandates fair dealing in all instances. Violations of our Code of Ethics by employees are not tolerated and can lead to disciplinary action, including termination of employment and referral for criminal prosecution. As part of our commitment to ensure our products are free from violations of all types of ethical standards, we plan to update our Code of Ethics and employee training materials to include provisions specifically targeted to address human slavery and trafficking.

Our Suppliers

We condemn the use of forced labor and human trafficking and endeavor to select suppliers who share our ethical standards.
Our manufacturers of intermediate products affirmatively state in their agreements with us that they will comply with applicable laws, which would include laws that prohibit human slavery and trafficking. Similarly, our direct suppliers also state in their agreements with us that they will manufacture product in accordance with Good Manufacturing Practice and in compliance with applicable local laws, which includes prohibitions on human slavery and trafficking.
Although our suppliers are generally not audited by an independent auditor without notice, we conduct audits of our suppliers, yearly or more frequently if necessary, to ensure continued compliance and accountability. These audits, along with the personal engagement of Gilead management and in person meetings that are routine to the operation of our business with our partners and suppliers, allow us to

every extent possible to identify, address and eradicate any violations of laws or our Code of Ethics wherever they could occur in the supply chain.

Suppliers found to use forced labor or human trafficking would be terminated from the Gilead supply chain.

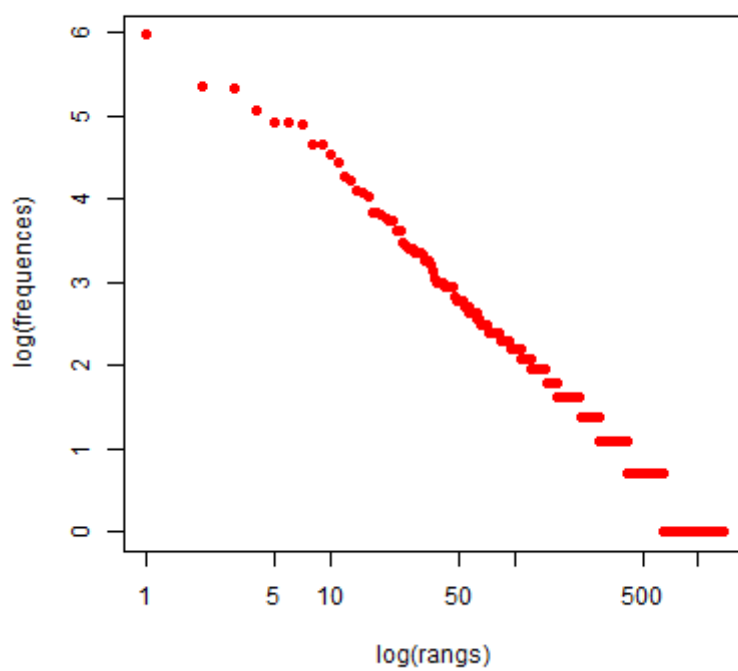
Countries of Origin

We routinely evaluate and address the risk of ethical violations for all countries involved in our supply chain. We do not routinely engage a third party to conduct this evaluation. Rather, we rely on official government information to identify risks and act accordingly. Our product ingredients are sourced primarily from countries the United States Department of State has designated as being compliant with the Trafficking Victims Protection Act's (TVPA) minimum standards. We take extra precautions before sourcing product from countries that are still making efforts to bring themselves into full compliance with the TVPA. For example, in those countries, we source only from businesses that are affiliated with countries fully compliant with TVPA, visit our suppliers along with their intermediates and vendors in person and only select suppliers that have been in business long enough to verify that their conduct meets Gilead's ethical standards.

Annexe 7

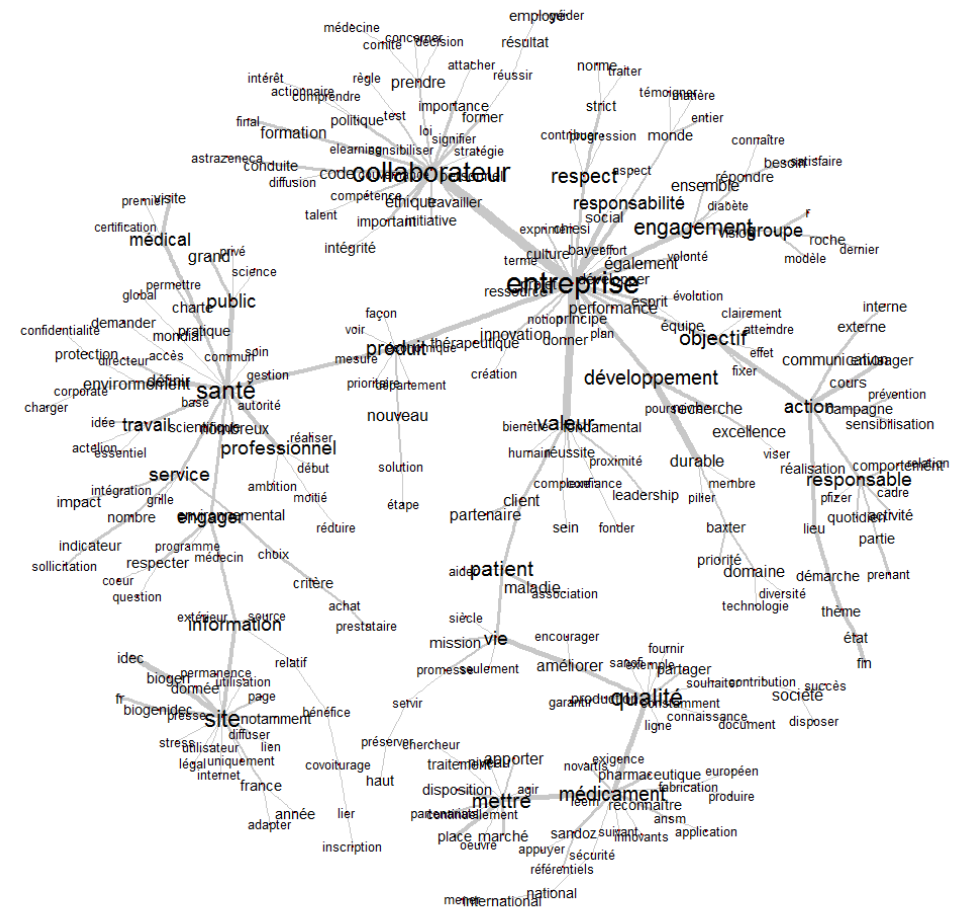
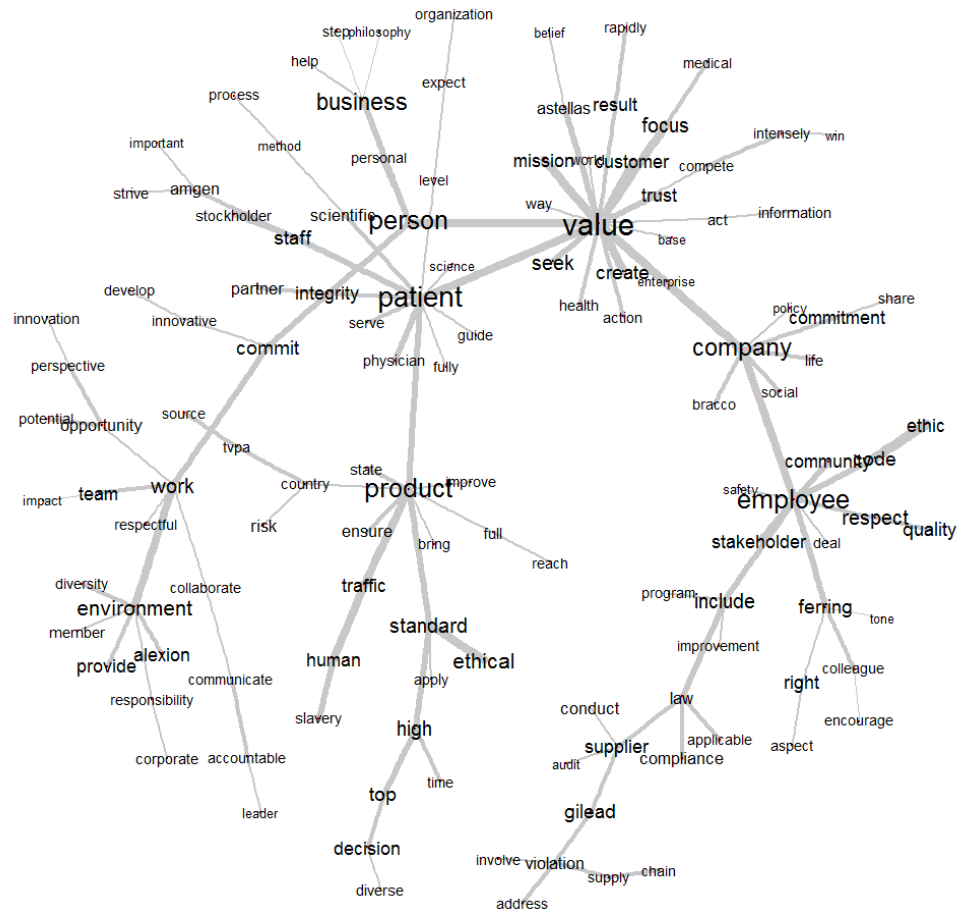
Distribution des occurrences en fonction du rang

Le graphe ci-dessous présente la distribution des termes dans un repère cartésien. Le rang (par ordre décroissant) est noté en abscisse. En ordonnée est spécifiée le nombre d'occurrences du terme.



Annexe 8

Mise en regard des “trees” obtenus avec les textes anglais et français



Annexe 9

Exemple de charte omise lors du repérage des textes

Dans le travail d'identification des chartes, nous nous sommes concentrés sur certains termes (comme nous l'avons expliqué plus haut p.3). Ce faisant, certaines chartes, pourtant conséquentes ont pu nous échapper. C'est ainsi que nous avons manqué ce « credo » (mais nous ne nous attendions pas à trouver des termes appartenant à ce champ lexical précis), nous le présentons donc ici en annexe et en dehors des analyses menées plus haut.

Le Credo de Johnson & Johnson

L'un des fondateurs de Johnson & Johnson, le général Robert Wood Johnson, a écrit en 1943 le credo qui rappelle les responsabilités de la société envers ses clients, ses employés, ses actionnaires et le reste de la communauté. Aujourd'hui, le message contenu dans ce credo conserve toute sa force et guide les activités quotidiennes de tous les collaborateurs de Janssen.

Notre credo

Nous sommes responsables, en premier lieu, envers les médecins, les infirmières, les malades, les mères et les pères de famille et tous ceux qui utilisent nos produits et nos services. Un souci constant de la qualité doit guider notre action pour faire face à leurs besoins. Nous devons nous efforcer en permanence de réduire les coûts de façon à maintenir des coûts modérés. Les commandes de nos fournisseurs doivent être exécutées avec rapidité et minutie. Nos fournisseurs et nos distributeurs doivent obtenir de nous les conditions d'un juste profit.

Nous sommes responsables envers nos employés, hommes et femmes qui participent à nos activités dans le monde entier. Chacun doit être considéré en tant qu'individu et reconnu dans ses mérites. Ils doivent avoir le sentiment de sécurité dans leur emploi. Leur rémunération doit être équitable et adéquate. Tous doivent pouvoir travailler dans un milieu propre, ordonné et sain. Nous devons être attentifs aux responsabilités familiales de nos employés et faire en sorte qu'ils puissent les assumer. Notre personnel doit se sentir libre de faire des suggestions et des remarques. Des chances égales d'emploi, de développement et d'avancement doivent être offertes à ceux qui en ont la qualification. Nous devons nous assurer que notre encadrement est compétent et qu'il fait preuve de justice et d'éthique professionnelle.

Nous sommes responsables envers les communautés dans lesquelles nous vivons et travaillons comme envers la communauté mondiale. Nous devons être de bons citoyens, favoriser les œuvres sociales et charitables et acquitter notre juste part d'impôt. Nous devons encourager le progrès des conditions de vie, de santé et d'éducation. Nous devons entretenir les terrains, usines, bureaux dont nous avons la jouissance en protégeant l'environnement et les ressources de la nature.

Enfin, nous sommes responsables envers nos actionnaires. L'entreprise doit réaliser un profit équitable. Nous devons faire progresser les idées nouvelles. Il faut poursuivre la recherche, développer des programmes novateurs et assumer le coût de nos erreurs. Nous devons renouveler nos équipements, construire de nouvelles installations et lancer de nouveaux produits. Nous devons constituer des réserves en prévision des temps plus difficiles. En agissant suivant ces principes, nous devrions assurer à nos actionnaires un juste revenu de leurs investissements.