

► **TABLE DES MATIÈRES**

POURQUOI CE PETIT LIVRE ?	13
► ENTRÉE	15
<i>Des visages étonnés</i>	17
<i>Une société matérialiste</i>	19
<i>Des dommages collatéraux</i>	22
<i>Un comportement d'aliénation ?</i>	23
<i>Agir avec compassion</i>	26
► QUESTIONNEMENT	29
<i>Un sujet préoccupant</i>	31
<i>Le « vrai » pain de ménage</i>	33
<i>Un jugement de la raison</i>	35
<i>La science des devoirs</i>	36
<i>« Morale » et « éthique » sont synonymes</i>	37
<i>Éthique, sagesse et bonheur</i>	39
<i>Si la bête fait la loi</i>	40
<i>Des valeurs propres à chacun</i>	42
<i>Quand Dieu ne répond plus</i>	44
<i>L'État de droit</i>	46
<i>Autres circonstances, autre morale ?</i>	48
<i>Échapper à l'influence des autres</i>	49
<i>Religion ou raison</i>	51
<i>Idéaliste ou pragmatiste</i>	53
<i>Technicien centré sur la tâche</i>	55
<i>Professionnel ou technicien supérieur ?</i>	56
<i>Seul ou avec d'autres</i>	58
<i>Une frilosité inattendue</i>	60

<i>Un code d'autoprotection</i>	62
<i>Les clercs au secours</i>	64
<i>Un diable dans l'eau bénite</i>	65
<i>Éthiques sous la pression de la loi</i>	66
<i>Des organismes qui régulent</i>	69
<i>Pas beaucoup de mordant</i>	71
<i>La moralité de la publicité</i>	77
<i>Un droit de parole dénaturé</i>	80
<i>Un art appliqué</i>	81
<i>La pression économique</i>	83
<i>Une entreprise, ça n'a pas de morale</i>	85
<i>Diffuser, ce n'est pas communiquer</i>	86
<i>Des nœuds éthiques</i>	89
<i>Trois chapeaux pour une seule tête</i>	92
<i>Une éthique pour la galerie?</i>	94
<i>La responsabilité de l'annonceur</i>	96
<i>Les publicitaires à la queue</i>	97
<i>L'éthique s'apprend</i>	98
<i>Le Vatican prend position</i>	99
► PISTES	103
<i>À qui la responsabilité?</i>	105
<i>Trois exigences minimales</i>	109
<i>Démontrer son implication éthique</i>	110
<i>Respecter « l'autre »</i>	112
<i>Tracer la voie</i>	114
► PRATIQUE	117
<i>Pour l'agence: une déclaration</i>	122
<i>Pour l'individu: une procédure</i>	122
<i>Trois principes</i>	123
<i>La Règle d'or</i>	124
► POSTLUDE	127
► BIBLIOGRAPHIE	135