

Les nouvelles questions économiques et sociales à l'épreuve de l'analyse communicationnelle

par HUET Romain, LONEUX Catherine, « Romain.HUET@icl-lille.fr catherine.loneux@uhb.fr »

GERIICO Lille 3 et CREE université catholique de Lille / CERSIC PREFICS EA 3207 - Université de Lille 3 - Université de Rennes

2

Cet article porte sur la compréhension des discours des entreprises en matière de responsabilité sociale et environnementale. Notre proposition est d'étudier des « écrits de la RSE », en l'occurrence des chartes éthiques et codes de conduite. Il s'agira de proposer une analyse communicationnelle de ces écrits (1). Celle-ci consiste en l'étude de leur fabrication pour mettre en lumière les dynamiques sociales de l'écrit. Ensuite, les chartes seront comprises comme des objets nécessairement discutés, au moins par le collectif qui travaille à leur écriture. Nous interrogerons alors cet espace de médiation pour montrer sa spécificité par rapport à d'autres espaces mieux connus comme celui de la négociation collective (2). Nous verrons que le point de résolution des conflits est alors déplacé : d'un cadre politique de gouvernement à des politiques hybrides (tripartites) voire unilatérales (les entreprises seules). Nous allons donc nous efforcer de rendre compte de ces nouvelles manières de faire, en clarifiant la nature communicationnelle de ces nouveaux lieux de confrontation et en montrant notamment en quoi les démarches éthiques (notamment la charte de la diversité) peuvent être pensées comme de « nouvelles formes de médiation » impliquant des modalités de confrontation spécifiques. Cette étude des chartes s'appuie sur l'analyse de la charte de la diversité dans les entreprises. Enfin, il s'agira d'appréhender la portée pragmatique de l'objet charte : nous essayerons de montrer que la charte est une forme de « promesse » (3). On pourrait aller plus loin en faisant l'hypothèse que le régime de la promesse est un principe structurant de la communication en matière de RSE.

Mots-clés : Chartes, espaces publics, traces ; communication et organisations

This paper tries to analyse the ways nowadays public spaces can change, because of different managerial influences, whether they circulate through discourses, speech, chartes or other types of communication supports. Our aim is to identify the particular theme of ethic, that is in connexion with Corporate Social Responsibility. Our approach takes place in the field of organizations.

Keywords : Chartes, public space, traces ; Communication and organizations

Introduction

Cet article porte sur la compréhension des discours des entreprises en matière de responsabilité sociale et environnementale. Cette thématique fait l'objet d'une abondante médiatisation (De la Broise, Lamarche, 2007) : ici, nous proposons de la lier avec les transformations en cours du capitalisme ; la RSE est un nouveau mode de régulation sociale dont l'acteur principal est l'entreprise (Bardelli, 2004 ; Capron, Quairel-Lanoizelée, 2004 ; Boidin, Rousseau et Al., 2007). Ces principes engagent une conception précise du type de régulation privilégié ; celle-ci est incitative et volontaire, et constitue une alternative à la

régulation réglementaire. Cette façon de concevoir la RSE a déjà été mise en avant par les économistes et les gestionnaires.

En tant que chercheurs en communication, il nous semble important de contribuer à cette réflexion en faisant de la RSE le lieu et l'occasion d'une réflexion sur les pratiques de l'interdisciplinarité. Notre proposition est d'étudier des « écrits de la RSE », en l'occurrence des chartes éthiques et codes de conduite. Cette thématique serait d'ailleurs inaudible s'il n'y avait pas ces objets circulants et visibles. Il s'agira de proposer une analyse communicationnelle de ces écrits (1). Celle-ci consiste en l'étude de leur fabrication pour mettre en lumière les dynamiques sociales de l'écrit. Ensuite, les chartes seront comprises comme des objets nécessairement discutés, au moins par le collectif qui travaille à leur écriture.

Nous interrogerons alors cet espace de médiation pour montrer sa spécificité par rapport à d'autres espaces mieux connus comme celui de la négociation collective (2). Nous verrons que le point de résolution des conflits est alors déplacé : d'un cadre politique de gouvernement à des politiques hybrides (tripartites) voire unilatérales (les entreprises seules). Nous allons donc nous efforcer de rendre compte de ces nouvelles manières de faire, en clarifiant la nature communicationnelle de ces nouveaux lieux de confrontation et en montrant notamment en quoi les démarches éthiques (notamment la charte de la diversité) peuvent être pensées comme de « nouvelles formes de médiation » impliquant des modalités de confrontation spécifiques. Cette étude des chartes s'appuie sur l'analyse de la charte de la diversité dans les entreprises (Cf. Encadré 1). Enfin, il s'agira d'appréhender la portée pragmatique de l'objet charte : nous essayerons de montrer que la charte est une forme de « promesse » (3).

On pourrait aller plus loin en faisant l'hypothèse que le régime de la promesse est un principe structurant de la communication en matière de RSE. Cette étude des chartes s'appuie sur l'analyse de la charte de la diversité dans les entreprises (Cf. Encadré 1).

Encadré n°1. La charte de la diversité dans les entreprises, octobre 2004.

Elle a été signée en octobre 2004 par trente-cinq dirigeants de grandes entreprises. A travers cette signature, ceux-ci déclarent s'engager à « favoriser le pluralisme et rechercher la diversité au travers des recrutements et de la gestion des carrières ». La charte de la diversité signée par une entreprise « a pour objet de témoigner de son engagement, en France, en faveur de la diversité culturelle, ethnique et sociale au sein de son organisation ». Les entreprises signataires s'engagent sur six points (charte disponible sur www.ims.fr).

En Janvier 2007, il y a plus de deux-mille entreprises signataires. La charte a été produite à l'instigation de l'Institut Montaigne, sous l'égide de deux acteurs : Laurence Méhaignerie et Yazid Sabeg. Elle a fait suite à la publication de deux rapports rédigés par les mêmes auteurs peu avant l'écriture de la charte (Méhaignerie, Sabeg, 2004 ; Bébéar, 2004). Elle a ensuite été élaborée au cours de plusieurs réunions au sein de l'Association Française des Entreprises Privées, réunion qui rassemblait une trentaine de chefs d'entreprise du CAC 40. C'est ainsi qu'un groupe de travail a élaboré une première version de la charte, qui a ensuite été discutée et commentée avec une vingtaine de dirigeants de grandes entreprises, dans les locaux de l'AFEP. Les discussions ont conduit le groupe de travail à modifier la version initiale du projet. Au terme de quatre rencontres, la charte a été stabilisée, signée, puis rendue publique.

Une conception communicationnelle des écrits de la RSE

L'objet charte a été appréhendé par les économistes et les gestionnaires. Par exemple, d'après Luc Boltanski et Eve Chiapello (1999), les chartes sont des objets de régulation produits par un processus dynamique d'interactions. L'enjeu théorique est alors de questionner la force normative et sociale de l'objet charte, et du contenu des normes auxquelles les acteurs croient qu'il faut obéir : c'est l'analyse du cadre conventionnel sur lequel un consensus s'établit. Cette perspective est stimulante et déterminante pour comprendre l'objet charte mais insuffisante pour au moins deux raisons. Premièrement, elle ne dit rien de l'épaisseur communicationnelle de l'objet. En plus d'être des objets de régulation, les chartes sont des objets communicationnels, c'est-à-dire que ce sont des discours et ou des formes pratiques et communicationnelles qui jouent un rôle important dans l'objectivation d'une question sociale et dans la façon dont celle-ci est formulée. Deuxièmement, cette perspective occulte la dimension sociale et pragmatique liée à la production d'un discours. Le modèle théorique des conventions ne prend pas suffisamment en compte les rapports sociaux qui contribuent à la mise en forme discursive et qui sont aussi suscités par l'écrit (dynamiques sociales et effets propres à l'écrit).

Certes, Luc Boltanski et Eve Chiapello s'intéressent aux modalités de recherche de l'accord entre des individus et indiquent les logiques (conventions) qui conduisent les acteurs à se coordonner, mais ils ne tiennent pas compte des acteurs en tant qu'ils composent l'entreprise et qu'ils écrivent concrètement des discours à des fins de justification. Or, les entreprises sont aussi des lieux de pratiques et de production de discours. Tout discours est le résultat d'un processus dans lequel se jouent des activités complexes de coopération par la discussion, les négociations de place pour les mettre en forme, etc. Ainsi, une charte est une forme de justification (Loneux, 2007). Plutôt que de la penser comme un objet fini, il faut la comprendre comme un processus qui engendre et est engendré par des dynamiques sociales.

A partir d'une approche processuelle des écrits, il s'agit de repérer les rapports sociaux à leur fondement. Les écrits formalisent et accompagnent les processus d'organisation sociale, ils sont le lieu où se construisent les acteurs et l'organisation elle-même (D'Almeida, 2001). L'étude des chartes consiste alors à travailler sur les dynamiques d'échanges entre les partenaires économiques, en dehors des relations de coopération organisées autour de l'activité. Il s'agit d'ouvrir l'analyse sur les espaces de communication créés par la production de la charte : l'écriture de ce type de document suppose des interactions entre les acteurs pour

s'entendre sur les engagements à tenir. Ainsi, la production d'une charte est appréhendée comme un temps d'échange mobilisé par l'écriture.

Dans cette perspective, le sens n'est pas seulement à déchiffrer dans l'analyse des acteurs et de leurs actions, mais dans l'étude des relations qui se nouent entre eux, particulièrement au cours du processus d'écriture. Cela consiste à penser l'écriture, la négociation de l'écrit, comme un moment d'une dynamique sociale (Basse, 2000, Huët, 2007). Le positionnement ici défendu est donc proche d'une anthropologie de la communication dans le sens où il s'agit d'appréhender les rapports sociaux engendrés, ou à l'horizon des pratiques de communication. Elle implique aussi une analyse détaillée du sujet (pour l'essentiel en termes de rapports de place) qui énonce ou qui porte la parole du collectif (Delcambre, 2007). Celui-ci a alors la charge de représenter un ensemble hétérogène d'acteurs.

Les nouveaux espaces de médiation entre le capital et le travail

Selon la thèse défendue, les temps d'échange nécessaires pour écrire une charte ont la particularité de se situer en dehors des médiations traditionnelles des relations socioprofessionnelles. En cela, la prolifération des chartes demande à être comprise en rapport avec les transformations en cours dans les relations sociales : déstabilisation de l'équilibre triangulaire des relations sociales (Etat, syndicats, patronat), affaiblissement généralisé des rapports sociaux, reconfiguration du rôle de l'Etat (de la fonction d'arbitre à celle d'incitateur), accroissement du pouvoir des entreprises. Les chartes sont donc une illustration concrète des évolutions en cours dans le champ des relations sociales. Elles sont des cadres de référence dont l'ambition est de transcender les autres espaces de médiation. Elles ont pour habitude de reprendre des éléments législatifs (peu d'innovations par rapport au corpus juridique en vigueur) sans se placer sous une figure juridique (pas de forme de justiciabilité). Elles affectent les médiations traditionnelles du dialogue social, notamment les modalités de confrontation : celle-ci devient facultative, à huis-clos, les participants sont sélectionnés selon les préférences des uns et des autres, il est possible de contourner les représentants du personnel. Cela contraste singulièrement avec la négociation traditionnelle où les stratégies sont contraintes par le fait que les acteurs ne se sont pas choisis. Chacun doit composer avec l'autre quel que soit l'historique des relations entre les partenaires (Dupont, 1990). Dans le cas de la charte de la diversité, le collectif en charge d'écrire le document a été constitué par cooptation. Il n'y figure que des chefs d'entreprises du CAC 40, lesquels ont directement été contactés par les acteurs à l'origine de l'initiative selon une logique de réseau.

Le collectif fonctionne par exclusion, puisqu'ils ont refusé la présence des acteurs syndicaux ou associatifs en leur sein. Ces derniers sont considérés comme des acteurs gênants et sont soupçonnés de vouloir « empêcher le bon déroulement de la phase de mobilisation des entreprises en leur faisant peur ». Le cas de la charte de la diversité pose la question éthique du pluralisme : comment se constitue ou ne se constitue pas de la pluralité sociale sur un sujet donné dans la sphère économique ? De notre point de vue, ce repli sur soi du collectif est une expérience concrète d'une forme de mépris social puisque certains points de vue sont délibérément contournés. Autrement dit, le développement de médiations alternatives (chartes), où sont requis l'aléatoire, la souplesse, l'imprévisibilité et le bricolage, menace les barrières institutionnalisées qui avaient jusqu'à présent empêché que se développe une dénégaration de l'expérience première de reconnaissance. Il s'agit ici du cadre traditionnel des

relations sociales, en particulier de la négociation collective entre les partenaires sociaux. Dans ce cadre, des normes de respect du principe de reconnaissance de l'existence d'intérêts contradictoires sont institutionnalisées.

L'espace institutionnalisé est alors compris comme une incarnation stabilisée de formes spécifiques de reconnaissance entre les sujets : au sein de celui-ci, les échanges sont garantis juridiquement (la loi précise les modalités de dialogue entre les partenaires sociaux). La loi garantit également que les qualités individuelles des participants à la négociation – qualité au sens que les sujets disposent potentiellement d'un point de vue spécifique – sont reconnues (Honneth, 2006 et 2007) .

Ainsi, la production d'une charte est un moyen pour des entreprises d'afficher publiquement des résolutions. Par l'écrit, elles prennent position par rapport à leurs propres buts. Cela s'élabore et se définit en dehors de tout champ institutionnalisé sur le plan juridique, à la différence de la négociation collective où la présentation de soi est soumise à la confrontation de l'autre. Les entreprises mettent en scène leurs engagements futurs selon le registre de la conviction (logique de la preuve) et dramatique (organisation de spectacle de sensibilisation, cérémonies officielles, etc.) au lieu de négocier les modalités pratiques de leurs engagements. L'analyse critique consiste à souligner les modalités selon lesquelles un groupe social homogène prend la parole publiquement et investit une question sociale selon un mode communicationnel présentant un déficit de rationalité sociale, en particulier du fait de l'absence de contraintes liées aux pratiques argumentatives. Le noyau éthique de cette étude sur les chartes s'appuie sur l'idée qu'il y a une forme déficiente de l'espace d'interlocution en charge de réguler les rapports sociaux dans le cadre économique.

Les chartes sont une manifestation concrète de cette déformation. La conséquence de cette proposition d'analyse est alors d'examiner les conditions réelles de communication dans lesquelles la charte a été élaborée. Dans le cas de la charte de la diversité, il s'agit de se poser la question de savoir comment des groupes victimes de la discrimination peuvent gagner (ou ne pas gagner) en expression propre et prendre ainsi la question de leur intégration en main. En d'autres termes, il s'agit d'identifier les possibilités offertes aux acteurs d'inscrire un thème de discussion à l'ordre du jour des agendas stratégiques des entreprises, mais aussi dans les agendas médiatique et politique. Dans le cas de la charte de la diversité, cet agenda est « confisqué » par certains acteurs (chefs d'entreprises) qui dominent l'ouverture et la clôture des débats.

En effet, ils déterminent eux-mêmes l'ordre d'importance des problèmes et des solutions qui s'y rapportent. Les autres parties prenantes exercent un rôle passif et n'ont de marges d'action qu'à l'intérieur des limites relatives à la sélection préalable des thèmes « dignes » d'être débattus. En outre, cette discussion autour des sujets qui doivent figurer dans l'agenda politique se fait dans l'opacité et le secret. Le collectif producteur de la charte se place en extériorité par rapport à d'autres acteurs sociaux et empêche ainsi une discussion « à plusieurs » du sujet traité. On a là des limitations concrètes de la communication sociale, ce qui donne ainsi une mesure de la rigidité et de l'opacité –en dépit de leur souplesse apparente– de ces nouveaux espaces de médiation. Cette pratique sous le joug du secret est le signe d'une dégénérescence du dialogue social, lequel se trouve de plus en plus marginalisé au profit de décisions unilatérales du management. En résumé, cette première partie d'analyse des chartes conduit à envisager la RSE de façon paradoxale : d'un côté, de nouvelles structures de dialogue se créent, de nouvelles professions émergent (responsables du développement durable, éthiciens), de plus en plus de discours émanant des entreprises sont diffusés, des

outils de gestion et de nouvelles normes sont élaborés, etc. Ces évolutions tendent à faire de la RSE un sujet de plus en plus discuté dans le monde des entreprises, mais aussi dans les mondes politique et de l'éducation.

D'un autre côté, elle n'encourage que faiblement la pratique du dialogue social. On pourrait aller plus loin en formulant l'hypothèse selon laquelle ces nouvelles structures de dialogue en charge d'assurer la médiation entre le capital et le travail (dans le sens où des décisions qui engagent le corps social de l'entreprise sont prises) représentent une perte de puissance et une autolimitation des modalités traditionnelles du dialogue social (Huët, 2007). Les chartes peuvent donc être pensées comme de nouvelles formes de médiation impliquant des modalités de confrontation spécifiques. L'espace public apparaît ainsi comme recomposé, élargi, relayé par l'ensemble des médias existant dans notre société (lobbies, associations, etc.). Des recompositions de jeux d'acteurs opèrent, proposées par les agissements de la société civile, et interrogent la constitution du débat public ou encore l'organisation des modalités de participation citoyenne à ce débat espace « public » / espace « marchand » (Le Moëne, 2007, p. 3).

Les interlocuteurs de l'entreprise, dans un contexte de forte demande d'explicitation de leurs agissements, se présentent ainsi comme incontournables pour les instances de réglementation qui sont censées les régir par des lois. L'argument qu'ils proposent, publiquement et à grands renfort de communication éthique, tourne autour de leur bonne foi, de leur volontarisme et de leur légitimité à traiter de questions sociales (Loneux, 2001 et 2007). Les pratiques professionnelles se trouvent associées à ces nouvelles modalités de discussion concernant leur évaluation, leur place dans la société. L'espace public s'intéresse à elles, et toujours dans cette perspective de brouillage des sphères, l'on voit apparaître des débats autour de l'utilité sociale de l'entreprise, des discussions publiques sur le bien fondé de son activité. Après avoir mis en avant la nécessité de l'affirmation d'une pensée critique, à propos des mutations de l'espace public, multiforme et élargi, tel que souhaité dans les discours de la RSE, il nous reste à réfléchir sur la portée pragmatique de l'objet : quel est le statut de ce discours qui ne dispose d'aucune forme de justiciabilité ? L'hypothèse est que ces chartes sont des « promesses » faites par les entreprises à l'intention de la communauté sociale. Il convient alors d'en mesurer les conséquences théoriques et pratiques.

La « promesse » comme principe structurant de la communication en matière de RSE

L'hypothèse est faite qu'il est possible de conférer aux chartes la gravité d'une « promesse ». La promesse est un engagement moral, verbal ou écrit qui implique la personne ou le collectif. En droit civil, elle désigne un « engagement à contracter ou à accomplir » (Dulong, 1993). La promesse a une double dimension : elle est linguistique et morale (Ricoeur, 2004). Sur le plan linguistique, c'est un acte performatif. Dans le cas de la charte de la diversité, les termes utilisés vont dans ce sens : « La charte de la diversité adoptée par notre entreprise a pour objet de témoigner de notre engagement, en France, en faveur de la diversité culturelle, ethnique et sociale au sein de notre organisation. En vertu de cette charte, nous nous engageons à ... » (Extrait, charte de la diversité). Cette citation ouvre plusieurs perspectives d'analyse : La promesse doit être « révélée » Les locuteurs forment un « nous » : les chefs d'entreprise se

rassemblent et « agissent de concert ». La force de la promesse est qu'elle permet d'assurer la cohésion de ce « nous » au moyen d'une apparition en public. D'ailleurs, la promesse est vaine si elle n'est pas révélée. En d'autres termes, il faut qu'elle soit visible. Le collectif d'entrepreneurs se rend visible de plusieurs façons : en réalisant un communiqué de presse pour rendre public (révéler) sa promesse et en organisant des cérémonies à forte charge symbolique au cours desquelles des dizaines de chefs d'entreprises signent publiquement la charte. Ce sont des cérémonies d'un genre particulier, où journalistes, universitaires, responsables associatifs, chefs d'entreprises et syndicalistes sont invités dans un lieu à caractère plus ou moins prestigieux, pour être des témoins de l'engagement des entreprises. Par l'écrit et sa publicisation, un collectif se rend visible et parvient à se faire entendre sur une question sociale donnée (les discriminations).

C'est ici le moment de l'énonciation de la promesse. Ce moment là est répété à de nombreuses reprises, puisque ces cérémonies ont été organisées dans la plupart des grandes villes de France, où il s'est trouvé, que les mêmes entreprises pouvaient signer à plusieurs reprises cette même charte. Par exemple, l'entreprise Total a signé une première fois la charte lors de sa première révélation à Paris le 22 octobre 2004. Quelques semaines plus tard, alors que la charte a fait l'objet de plusieurs dizaines d'articles de presse, l'entreprise la signe de nouveau à Lille lors d'une cérémonie de signature. Lors de ces cérémonies, les chefs d'entreprise sont photographiés au moment où ils paraphent le document. Ainsi, en signant et en publiant cette charte, un collectif donne une forme sensible à la réflexion qu'il engage. L'écrit permet de rendre visible un collectif dans le jeu social des régulations. En effet, ils parviennent à rendre public leur point de vue, et constitue ainsi une façon de se « faire entendre » et de peser ainsi sur le débat public (Loneux, 2007). La promesse comme forme d'engagement propre à l'action En écrivant et en validant la charte, les locuteurs sont engagés dans une action future.

La réalisation de la promesse (charte) est le fruit d'un calcul (économique, politique, social, morale et communicationnel) qui engage les acteurs dans l'avenir. La promesse est donc une forme d'engagement propre à l'action. Elle est fragile dans le sens où lorsqu'elle est humaine, nul ne peut la garantir, et imprévisible dans la mesure où elle engage le futur et nul ne peut le prédire (Arendt). D'ailleurs, selon un point de vue sceptique, Friedrich Nietzsche parle de la « faculté de promettre » : « L'homme qui a sa volonté propre, indépendante et durable, l'homme qui peut promettre - et une conscience fière vibre dans tous ses muscles, c'est la conscience de tout ce qu'il a fini par conquérir et qui est devenu corps en lui, conscience véritable de sa puissance et de sa liberté, sentiment de l'accomplissement de l'homme. Cet homme devenu libre qui peut vraiment promettre, ce maître de la volonté libre, ce souverain – comment pourrait-il ignorer quelle supériorité il possède ainsi sur tout ce qui ne peut pas promettre ni se porter garant de soi, comment ne saurait-il pas quelle confiance, quelle crainte et quel respect il inspire – il mérite tout cela – [...] » (Nietzsche, 1971, p.62). Autrement dit, la promesse est une « capacité à » engager sa volonté dans le temps en dépit du caractère indéterminé et profondément incertain du futur. Le futur n'est pas calculé,

régulier de sorte que la promesse est aux prises de sa stabilité (prédiction de l'avenir) et de son potentiel d'innovation et d'actualisation. Ainsi, toujours selon Friedrich Nietzsche, la faculté de promettre suppose que l'homme soit devenu calculable, régulier, nécessaire : « Comme il faut que l'homme, pour disposer ainsi par anticipation de l'avenir, ait commencé par apprendre à séparer l'événement nécessaire du fortuit, à penser de manière causale, à voir le lointain et à anticiper sur lui, comme s'il était présent, à fixer avec assurance ce qui est but, ce qui est moyen pour l'atteindre, de manière générale à calculer, à savoir calculer. Comme il

a fallu que l'homme soit lui-même devenu calculable, régulier, nécessaire, jusque dans sa propre représentation de lui-même, pour finir de la sorte par pouvoir, comme le fait un être qui promet, se porter garant de lui-même comme avenir » (Nietzsche, 1971, p. 60-61.) Cette citation montre que la promesse n'est pas seulement le fruit d'un calcul. Elle comporte de l'instabilité et à un caractère incertain. Elle reste prise dans cette tension indépassable entre la prévisibilité comme exigence première de la promesse (ce qui fait que l'on risque de promettre), et son caractère incertain du fait de la nature sans cesse incertaine de l'agir humain. La promesse est toujours en prise avec une expérience paradoxale : « Elle promet autre chose que du calculable et du certain, mais promettant alors de l'infini, elle n'est pas du tout tenable » (Derrida, in Margel, 1995, p. 19 ; Crépon, 2004, p. 186).

Si la charte inscrit l'objet de l'entendement dans le futur, il s'agit de se demander en quoi l'avenir se trouve effectivement engagé par la charte : Qu'est-ce qui est promis ? Quel est ce « nous » qui promet et ce « vous » auxquels elle s'adresse ? Ces questions montrent la nécessité d'envisager les termes dans l'histoire de la promesse, car une charte inscrit les rapports aux mots dans une autre temporalité. « Comme pour être promesse, elle doit pouvoir rester intenable, possiblement intenable pour rester ce qu'elle aura été ; à savoir une promesse. Mais une promesse seulement tenable reste finie. La structure de la promesse rend ainsi précaire la différence entre le fini et l'infini » (Derrida, in Margel, 1995, p. 33, Crépon, 2004, p. 186). Dans le cas de la charte de la diversité, le collectif d'entrepreneurs s'engage dans l'avenir.

La promesse tenue dépend d'une série de conditions implicites et explicites (situation économique, contexte organisationnel, rapport de force favorable, etc.). La constitution du futur se fait sur un accord tacite sur les conditions de réalisation de ce futur. Aussi, l'engagement désigne toujours un allocutaire : « c'est un engagement à faire ». Ici, l'allocutaire est l'ensemble des parties prenantes qui gravitent autour des entreprises (Etats, clients, actionnaires, salariés, associations). La promesse n'a pas seulement un destinataire. Elle a aussi un bénéficiaire. Dans le cas de la charte de la diversité, les destinataires de la promesse sont l'Etat, les médias, et les représentants du personnel, alors que les bénéficiaires sont les « minorités visibles » et les représentants des salariés. La promesse suppose donc une forme de réciprocité dans la mesure où chacun des acteurs s'engage à maintenir la stabilité du monde social de référence et à avertir l'autre des éventuelles modifications des termes de la promesse (les objectifs peuvent être réévalués). Or, la particularité de la charte de la diversité est qu'elle est unilatérale. Destinataires et bénéficiaires jouent un rôle passif.

Dans le cas de la charte de la diversité, ce qui doit se produire n'aura pas lieu du fait d'autrui, mais bien du fait des acteurs qui promettent. La personne qui promet se lie avec autrui par le biais du contenu de ce qui est promis, en même temps, la promesse suscite chez le bénéficiaire l'attente réelle qu'elle soit accomplie. « Ce n'est donc pas la déclaration de la volonté qui est essentielle dans la définition de la promesse, mais le fait qu'elle suscite un double registre juridique : celui de l'obligation et celui de l'exigence » (Crépon, 2004, p.10). En cela, avant d'être une figure qui appartient au droit, la promesse est un engagement moral. La promesse comme engagement moral Jusqu'ici, on a vu que la promesse est un acte de discours. C'est le verbe de l'engagement par excellence. Cet acte est particulier pour deux raisons (Vanderveken, 1998, p. 176 ; Ricoeur, 2004, p. 27) : premièrement, quand on promet, on s'engage vers l'allocutaire à faire ou à lui donner quelque chose en présupposant que c'est bon pour lui. Deuxièmement, une promesse n'est réussie que si le locuteur parvient à se placer sous une certaine obligation de faire ce qu'il dit. Le mode promissif spécial d'accomplissement augmente le degré de puissance.

A de rares exceptions près, les chartes n'ont pas de reconnaissance juridique. C'est un engagement de l'ordre de la morale. Pour Paul Ricoeur, en promettant, l'énonciateur tire sa force d'une promesse plus fondamentale, qui est celle de tenir parole en toute circonstance. C'est ce qu'il appelle la « promesse de la promesse ». « C'est elle qui donne à chaque promesse son caractère d'engagement : engagement vers..., engagement à Et c'est à cet engagement que s'attache le caractère d'ipséité de la promesse qui trouve dans certaines langues, l'appui de la forme pronominal du verbe ; je m'engage à » (Ricoeur, 2004, p. 28). Cette citation montre la dimension morale de la charte. Il faut la considérer dans son versant historique (la promesse d'avant la promesse). Selon Paul Ricoeur (2004), ce n'est pas la fiabilité en soi de la promesse qui importe, mais c'est la promesse d'avant la promesse, qu'elle tire effectivement sa crédibilité. De façon concrète, on peut voir dans la charte de la diversité, les membres du collectif s'efforcent de rendre crédible leur promesse en produisant d'autres discours censés témoigner de leur bonne foi et prouver leur capacité à s'organiser pour se saisir de la question des discriminations. En plus de la charte, les entreprises publient un « exposé des motifs » dans lequel elles justifient le sens de la production d'une charte, la liste des entreprises signataires dans le but de montrer la puissance du collectif, et quelques initiatives dites exemplaires comme pour prouver que les effets concrets se font déjà sentir.

Ainsi, les engagements pris au moment de son énonciation sont tributaires d'une crédibilité déjà éprouvée dans le passé. En signant, les entreprises s'exposent non seulement à une mise en cause de leur nouvelle promesse, mais également à une mise en lumière de leur passé. Par exemple, les journalistes peuvent demander des informations sur la situation de l'entreprise avant de signer la charte ou alors ré-ouvrir des « affaires » sur ce sujet où l'entreprise s'est vue être prise en défaut. Les entreprises sont alors dans l'obligation de raconter leur passé (D'Almeida, 2001) en même temps qu'elles s'engagent dans l'avenir, voire de « demander pardon » (forme la plus aboutie) pour les promesses non tenues. Ainsi, la promesse n'entre pas vraiment dans le champ juridique, mais plutôt dans une perspective morale. La seule sanction qui frappera celui qui ne tient pas ses promesses est qu'on ne lui fera plus confiance.

Dans le cas des chartes, la contrainte et l'exigence créées par la promesse fonctionnent sur la morale de « l'a priori ». En d'autres termes, le sujet promet, s'engage « a priori » à aller au bout de ce qu'il a commencé. Elle est antérieure à la norme juridique, laquelle est adoptée en fonction d'intérêts pratiques et concrets (Crépon, 2004, p. 13).

En résumé, le concept de « promesse » permet de concevoir la charte comme un acte social particulier. Lorsqu'un collectif d'entrepreneurs prend le risque de formuler une promesse, la question se pose aussitôt de l'autorité dont le collectif se réclame, c'est-à-dire la légitimité dont il dispose pour s'autoriser une telle formulation. Ensuite, ce concept pose la question de savoir comment le collectif peut prendre le risque de se placer sous la contrainte de ce qu'il a énoncé. Au final, ce qui importe n'est pas la prédiction d'un collectif sur son avenir (la promesse d'un monde sans discrimination), mais un devoir que le collectif se donne à lui-même sur les conditions nécessaires à cette venue. Les membres du collectif se retrouvent dans la nécessité de « former » ses managers, de « dialoguer » avec ses partenaires sociaux, de « sensibiliser » le corps social, « d'écrire » ses engagements, et de « surveiller » qu'ils soient tenus. « La souveraineté d'un groupe d'hommes liés et tenus non pas une volonté identique qui les inspirerait toujours de façon magique mais par un dessein concerté, se manifeste très clairement dans sa supériorité incontestée sur les gens entièrement libres, qui ne lie aucune promesse, que n'attache aucun dessein » (Arendt, 1983, p. 312).

Conclusion

Dans cet article, nous avons essayé d'éclairer un objet qui sert de support aux pratiques sociales liées à la RSE. L'analyse de ces « écrits de la RSE » a d'abord montré qu'ils étaient des supports particuliers de prise de parole. L'étude des espaces de discussion créés pour écrire une charte a montré que cela pouvait correspondre à une perte de puissance et une autolimitation du dialogue social. Dans ce cas de figure, l'analyse communicationnelle peut contribuer au dialogue interdisciplinaire sur la RSE en tant qu'elle offre une possibilité de renouveler la pensée de l'action collective. Celle-ci prend toujours forme dans un espace de discussion et de débat.

Enfin, cet article pose la question de savoir si la communication en matière de RSE ne repose pas sur le régime de la promesse. Il s'agit alors de comprendre comment une entreprise met en place des objets communicationnels (notamment les chartes) pour légitimer ses actions et produire un effet de preuve alors même qu'on est ici dans l'ordre de la promesse. Cette argumentation éthique constitue vraisemblablement un support du discours de légitimation de l'entreprise (notamment en matière de RSE) et agit sur le plan de la communication symbolique et non celui de la communication fonctionnelle. Il reste à montrer empiriquement les modalités de formation de cet espace de communication dans lequel nous avons vu qu'une négociation sur la formulation de la parole d'un collectif sur un problème qui a trait à la RSE s'engage concrètement.

Bibliographie

Bardelli P., « Nouveau Monde, Nouvelle régulation sociale », Revue Internationale sur le travail et la Société, Vol.3, n°2, Oct.2005, p. 728-755.

Bébéar Cl., Les entreprises aux couleurs de la France, Paris, La Documentation française, 2004.

Boltanski L, Chiapello E, Le nouvel esprit du capitalisme, Paris : Gallimard, 1999.

Capron M., Quairel-Lanoizelée F., Mythes et réalités de l'entreprise responsable, Paris, La Découverte, 2004. D'Almeida N., Les promesses de la communication interne, Paris, Presses Universitaires de France, 2001.

De la Broise P., Lamarche T. (Dir.), Responsabilité sociale : vers une nouvelle communication des entreprises ?, Lille : Presses Universitaires du Septentrion, 2007.

Delcambre P., Communications organisationnelles : objets, pratiques, dispositifs, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2000 (A). Dupont C., La négociation : conduite, théorie, applications, Paris : Dalloz, 1990.

Egan M., Constructing a european market, Oxford : Oxford University Press, 2001. Gélinier O., Simon F-X, Billard J-P, Muller J-L, Développement durable, pour une entreprise compétitive et responsable, Paris : ESF Editions, 2002.

Gendron C., Lapointe A., Turcotte M-F., « Responsabilité sociale et régulation de l'entreprise mondialisée », *Revue Relations industrielles / Industrial relations*, Vol. 59, n°1, 2004, p. 73-100.

Honneth A., *La réification. Petit traité de théorie critique*, Paris : Gallimard, 2007.

Honneth A., *La société du mépris. Vers une nouvelle théorie critique*, Paris : La Découverte, 2006. Huët R., « La construction d'une approche communicationnelle entre les organisations : une analyse des écrits de la négociation », *Revue Communication et Organisation*, n°31, juillet 2007, p. 79-94.

Loneux C., 2007, *L'éthique entrepreneuriale et managériale comme dispositif communicationnel : analyse des enjeux et pratiques – problématisations*, Mémoire d'Habilitation à Diriger des Recherches, Université de Provence, Aix-Marseille 1.

Méhaignerie L., Sabeg Y., *Les oubliés de l'égalité des chances*, Paris, Hachette Littérature, 2004.

Morand C-A., *Le droit néo-moderne des politiques publiques*, Paris : LGDJ, 1999. ORSE (Observatoire pour la Responsabilité Sociale des Entreprises), *Répertoire sur les pratiques des entreprises en matière de négociation des accords cadres-internationaux*, Paris : ORSE, décembre 2006.

Postel N., Rousseau S., Sobel R. (2006), « La « Responsabilité Sociale et Environnementale des Entreprises » : une reconfiguration potentielle du rapport salarial fordiste ? », *Economie Appliquée*, tome LIX, 2006/4, p 77-104. Wolton D., « Le moment de la communication », *Revue Hermès*, Paris, n°38, 2004, pp. 9-11.