

CHAIRE

**de responsabilité
sociale et de
développement durable**
ESG UQÀM

2^e
nd
ndo

Colloque international
International colloquium
coloquio internacional

sur le commerce équitable : commerce
équitable et développement durable

fair trade and sustainable development

sobre el comercio justo: El comercio justo y los
objetivos del desarrollo sustentable

19 -21 / 6/ 2006 Montréal, Québec, Canada

Production responsable et consommation éthique: vers une
politisation de la marchandise?

François METROT

Centre d'études des Modes d'industrialisation, Ecole des Hautes Etudes en Sciences
Sociales (CEMI, EHESS Paris), 54 Boulevard Raspail, 75006 Paris.

Colloque organisé par

La Chaire de responsabilité sociale et de développement durable

<http://www.crsdd.uqam.ca>

École des Sciences de la Gestion (ESG), Université du Québec à Montréal (UQÀM)

En collaboration avec

Le Centre de recherche sur les innovations sociales

La Chaire de coopération Guy-Bernier

La Chaire du Canada en développement des collectivités,

Le Groupe de recherche en écologie sociale

Avec l'appui financier du :

Conseil de recherche en sciences humaines (CRSH) et du Centre de recherches sur les
innovations sociales (CRISES)

Production responsable et consommation éthique: vers une politisation de la marchandise?

Résumé

Dans un nouveau contexte géopolitique mondial, libérées des contraintes de l'Etat-nation, les entreprises se découvrent aujourd'hui une velléité de gestionnaire des affaires internationales. Mais les nouveaux groupements de consommateurs, cherchant à brider la tentation normative de ces multinationales, usent désormais de la marchandise comme arme de contestation, que les entreprises reprennent à leur compte. Pourtant, cette manipulation des biens marchands à des fins politiques montre déjà ses limites et illustre, *a contrario*, l'incapacité des nouveaux acteurs mondiaux à gérer durablement les contradictions de l'ordre international.

Summary

In the new world order, firms have discovered, in the absence of a powerful Nation-State, their ability to regulate international affairs. New consumer rights' groups, aiming to hinder the multinational corporations' normative ambitions, have started using their purchasing power as a new threat, which the corporations are now using to their benefit. However, this political manipulation of consumer goods is showing its limits, while highlighting the incapacity of the world's new actors to provide real answers to the international order's growing ills.

Introduction : *D'une société de consommation politisée*

L'objet de cette communication est de mettre en avant les aspects politiques possiblement engagés dans les démarches de consommation « éthique » et de responsabilité sociale des entreprises. Pour cela, nous verrons dans une première partie que l'émergence des mouvements de contestation consumériste et de responsabilité sociale des entreprises est concomitante à la généralisation des politiques de libéralisation des échanges et d'ajustement structurel. Le développement d'un système économique global s'est réalisé à la faveur des acteurs « transnationaux », cosmopolites, que sont les ONG internationales et les entreprises multinationales ; sur cette nouvelle scène politique, la place de l'Etat national dans les modes de régulation sociales et économiques s'en trouvent du fait amoindrie donnant une importance toute particulière à la marchandise.

La globalisation économique explique l'émergence d'un « Méta-Jeu » politique où la marchandise prend une place centrale. Nous verrons en partie II et III que la marchandise permet la constitution de système sociaux, réunissant un groupe d'acteurs hétéroclites, aux intérêts divergents (partenaires ou adversaires). Il s'agira d'illustrer comment les interactions réciproques entre ces acteurs se structurent et se définissent autour de la marchandise. Au centre des conflits, il est question de son utilité sociale, des conditions de sa production et de ses modes de distribution. Le couple production responsable-consommation éthique forme en quelque sorte la quadrature d'une nouvelle agora politique. La firme « responsable » et le citoyen « consomm'acteur » y campent des personnages mondialisés qui se livrent symboliquement une bataille d'influence pour déterminer la l'orientation sociale et politique dans la production des marchandises.

Ces nouvelles dynamique de consommation interroge les processus économiques établis, aussi bien en amont (le mode de création des richesses est-il soutenable ?) qu'en aval (l'utilité sociale des richesses économiques produites est-elle positive ou négative ?). Ce faisant elles réinstituent l'acte productif dans toute sa dimension politique. Mais les compromis élaborés autour de la marchandise sont ils pour autant garant d'une régulation harmonieuse des conflits sociaux inhérents à toute société démocratique.

I / Une scène politique globale, de nouveaux acteurs cosmopolitiques

Pour interpréter les effets d'une possible politisation de la marchandise, nous nous aiderons de l'ouvrage d'U. Beck, *Pouvoirs et Contre-pouvoirs à l'ère de la mondialisation*¹. Dans son chapitre introductif, l'auteur ébauche une théorie critique de ce que l'on pourrait appeler une science politique du « cosmopolitique ». Cette théorisation s'appuie sur l'hypothèse du dédoublement de l'échelle de régulation politique, d'un traditionnel « jeu » s'appuyant sur le niveau national vers un champ diffus, aux frontières en perpétuelles modifications. Ce nouveau champ d'action politique, tour à tour qualifié de global, de mondial et d'international, détermine pour l'auteur un « méta-jeu ». Nous présenterons brièvement ici les changements induits par cette hypothèse d'une scène politique globale se structurant progressivement au travers de dynamiques de « mondialisation » capitalistiques, économiques et informationnelles.

En effet, pour l'auteur, les frontières et les cadres institutionnels, jusque-là déterminés par des logiques avant tout nationales, sont en train d'exploser sous l'effet des échanges globalisés (les trois grands flux d'échanges étant ceux du capital, de la marchandise et de l'information) et de construction politique régionale. L'action politique serait désormais le résultat de deux jeux superposés : l'un s'établissant dans un cadre national et l'autre au niveau global². Dans le premier cadre, les institutions fixent des règles auxquelles les organisations doivent s'adapter (régulation politique classique de l'Etat nation) ; dans le second les rapports entre organisations et institutions sont renversés. Les organisations modifient ou plutôt contraignent les institutions à s'ajuster à leurs actions : « *Les institutions ne fournissent plus l'espace et le cadre à l'intérieur duquel les organisations mènent leurs politiques ; les organisations (par exemple les acteurs économiques mondiaux) s'échappent au contraire du cadre institutionnel et congédient les « a priori*

¹ Beck, U., 2003, *Pouvoirs et Contre-Pouvoirs à l'ère de la mondialisation*, édition Alto Aubier, 560p.

² Cette superposition à deux uniques niveaux peut paraître quelque peu simplificatrice, tant l'on observe en réalité une multiplication des niveaux de décisions : le territoire (le local) et l'arène supra-nationale (le régionale) sont deux autres niveaux où se cristallise et se manifeste le politique. Le premier est un champ particulièrement riche pour ce qu'il arrive à la fois à combiner des contestations portant à un niveau politique global (refus des OGM, du nucléaire) et un niveau plus subjectif portant sur la qualité de vie au quotidien (lutte contre les nuisances sonores, la pollution des terres) Il est aussi un espace beaucoup plus fécond en terme d'alternative proposée que ne l'est l'espace supra national.

nationaux » de l'action politique »³. Dans ce second espace, les Etats ne constituent plus à eux seul le théâtre de l'action collective au sens où « ils ne fixent plus l'espace ni les systèmes de règles du jeu de l'agir politique ». Le jeu politique global est mis en place par la mondialisation, c'est-à-dire par l'ensemble des acteurs globaux en interaction, qui définissent et modifient ainsi les scènes où se déroule l'action collective : « La politique s'affranchit des frontières et des Etats, avec pour conséquence l'apparition de joueurs supplémentaires, de nouveaux rôles, de nouvelles ressources, de règles inconnues, de nouvelles contradictions et de nouveaux conflits. »⁴.

Les enjeux de pouvoir pour la définition des politiques mondiales au sein du système mondial se jouent ici entre trois types d'organisations : les Etats, les entreprises globales⁵, et les acteurs de la société civile (cela peut être des individus, des groupes autonomes d'individus ou des ONG). Le cadre politique est donc caractérisé par une certaine désagrégation des ressources et des formes de légitimité de l'Etat-Nation. Spécifiées à partir d'avantages comparatifs presque en totalité déterminés par le marché mondial, les politiques publiques nationales se voient contraintes d'adapter leurs pratiques aux exigences d'une économie mondiale. L'accrochage à cette dernière demande aux Etats de consacrer une part toujours plus importante de leurs ressources aux demandes des marchés extérieurs. Dépassée par la création de ce nouvel espace mondial, la forme traditionnelle du politique (l'Etat) n'en maîtrise ni les clés institutionnelles, ni les capacités requises (capital, technologie, ressources humaines). Restant bloqué sur son « *nationalisme méthodologique* », il ne saisit que difficilement les nouvelles logiques du pouvoir. Les acteurs économiques mondiaux et la société civile quant à eux auraient tous deux la prétention au cosmopolitisme dans le sens où ils seraient citoyens du *cosmos* (du monde) et de la *polis* (de la cité, de l'Etat). Les deux ont, pour reprendre les termes de l'auteur, le « *common sense cosmopolitique* », c'est-à-dire qu'ils possèdent « *la capacité de vivre sur le mode de l'évidence plusieurs identités et plusieurs loyalismes*

³ Beck, 2003, op.cit, p.45.

⁴ Beck, 2003, op.cit, p. 29.

⁵ Celles que l'on appelle communément les « multinationales » ou « transnationales ». Leur spécificité est entre autres de disposer des unités de production internationales, de cotations sur une ou plusieurs places boursières, des effectifs supérieurs à 10 000 personnes et une forte image de marque. (CF. Muchielli, J.L., 1998, *Multinationales et mondialisation*, Paris : éditions du Seuil).

apparemment contradictoires à la fois, et ce sans que cela soit nécessairement ressenti (...) comme une contradiction. ». Aujourd'hui, très accoutumés aux règles du jeu de ce nouveau monde globalisé, ces mêmes acteurs renversent les rôles, et deviennent les conseillers des Etats qui jusqu'alors les chapeautaient. Véritables poids lourds de la mondialisation, ces acteurs non gouvernementaux jouent désormais un rôle normatif considérable et participent directement à la régulation d'un ordre international dont ils sont les premiers concernés.

Dans cette perspective, nous tenterons tout d'abord d'analyser, comment les organisations issues de la société civile mobilisent la marchandise afin de créer de nouveaux espaces de controverses politiques mettant en cause les pratiques des entreprises multinationales. Il s'agit en effet de regarder dans quelles mesures le consommateur, en s'organisant collectivement et en restant maître de ses choix de consommations, peut utiliser la marchandise (et l'acte de consommer) comme un moyen de « socialiser » la production de cette même marchandise (c'est-à-dire faire rentrer des critères extra économiques dans le processus de production de la marchandise). Ici, la consommation – en créant les possibilités d'un choix – peut offrir un moyen d'expression politique, manifester l'attachement ou le désaccord vis-à-vis de certaines pratiques sociales et écologiques des acteurs productifs (partie II). D'un autre côté, nous verrons que les acteurs économiques les plus importants, parce qu'ils ne peuvent se passer du soutien des consommateurs et parce qu'ils prétendent devenir des moteurs du développement soutenable, sont contraints de réfléchir aux implications politiques et sociales de leur production marchande, sans que cela induise forcément des changements radicaux dans leurs pratiques et leurs objectifs (partie III).

II/ *La consommation comme nouveau champ d'expression politique*

1) De la consommation comme mode de contestation

Jusqu'à la fin de la période des « Trente Glorieuses », les entreprises bénéficiaient généralement d'un statut à part, privilégié, dans lequel il ne revenait que l'obligation d'assurer leur propre profitabilité. De leur rôle productif, pensait-on, découleraient les bénéfices pour la société toute entière, à travers un meilleur accès de tous à la consommation. Mais dans cette focalisation sur son activité productrice, l'entreprise a été progressivement dissociée de la vie de la société. Abondance d'un côté, distribution des ressources de l'autre, l'entreprise s'est vue octroyer un statut apolitique, dégagée de toute responsabilité vis-à-vis de la société régie par un Etat Providence centralisé et régulateur.

La dynamique institutionnelle mondiale des années 80, marquée par le règne des valeurs de libéralisme économique et de mercantilisme consumériste, a profondément remis en cause l'équilibre Fordiste en provoquant la dislocation des formes de régulations traditionnelles. Les Etats, dépassés par des acteurs « a spatiaux », connaissent les débuts d'une crise de légitimité qui se révélera durable. Dans un réflexe défensif, ils se sont progressivement recentrés sur leurs fonctions étroitement régaliennes, laissant ainsi des pans entiers de l'économie à une forme de régulation marchande. L'entreprise multinationale, qui possède toutes les caractéristiques propres à une intégration réussie dans la globalisation (forte mobilité des capitaux et de l'information, souplesse organisationnelle, flexibilité du réseau mondial...), a pu grandement profiter de ce retrait du rôle des Etats dans la régulation économique. Un nouveau rapport de force a été rendu possible par la mobilité, puisque la capacité à changer rapidement de territoires et de projets permet de profiter pleinement de la « flexibilité immobile » des acteurs enracinés (principalement l'Etat mais à plus fortes raisons encore les salariés). L'entreprise transnationale, désormais libre d'agir aux quatre coins du monde, a ainsi pu grandement profiter de l'asymétrie de la mobilité pour mettre en concurrence différentes politiques publiques (fiscales, budgétaires...) et différentes structures juridiques (conditionnant le coût du travail en particulier).

L'inversion du rapport de force entre Etat et entreprise a induit un changement de stratégie de la part d'acteurs « critiques » qui se sont alors de plus en plus tournés vers les pratiques des entreprises multinationales. Les membres de la société civile, eux aussi fortement mobiles et flexibles, ont bénéficié du repli de l'Etat régulateur, mais cette fois-ci pour contester la place dominante des acteurs économiques dans l'édiction des normes internationales. C'est dans cette résurgence des mouvements critiques que se sont alors succédés différents scandales autour des pratiques des multinationales, accusées de faire du profit au détriment de l'environnement et des « Droits Humains ». Nike pour le travail des enfants, Total pour le soutien financier qu'il apporte à certains régimes dictatoriaux et pour le recours au travail forcé sur ses « pipelines »⁶, Coca-Cola pour son épuisement des ressources naturelles à proximité de ses usines indiennes, Shell pour son traitement des communautés villageoises, etc... Plus un seul des grands groupes internationaux ne peut échapper aux attaques d'associations ou de groupes d'individus de plus en plus virulents et de mieux en mieux organisés⁷. L'entreprise qui, hier encore, ne devait rendre des comptes qu'à ses actionnaires (gouvernance actionnariale de l'entreprise), doit désormais s'assurer du traitement correct de ses salariés et des salariés de ses sous-traitants, mais aussi veiller à la préservation de l'environnement et de l'emploi local, à l'accès aux infrastructures de santé et d'éducation des populations riveraines, à la prise en compte des groupes marginaux. D'acteur « a-social », la multinationale est désormais perçue par ses détracteurs comme devant faire preuve d'une certaine responsabilité vis-à-vis des acteurs composant son environnement immédiat ou lointain (Ballet, De Bry, 2001). Non contente de se focaliser sur les excès de ces grands groupes, la contestation s'est également engagée dans la critique du pouvoir politique grandissant dont bénéficiaient les acteurs marchands au sein de l'arène politique globale⁸.

⁶ Cette contestation est tellement virulente que le groupe a eu recours en 2003 au service de l'ancien ministre de la Santé et fondateur de Médecins Sans Frontière, M Kouchner, pour légitimer les bénéfices qu'apportaient son implantation en Birmanie.

⁷ Christian Aid, 2004.

⁸ C'est l'un des arguments récurrents et communs à l'ensemble des mouvements non gouvernementaux et associatifs. Les écrits sur ce thème sont également nombreux, nous nous limiterons à citer quelques auteurs tels que J. Stiglitz (*La grande désillusion*), J. Sapir (*Les économistes contre la démocratie*), O. de Rivero (*Le Mythe du développement*)...

Cette critique conteste l'utilité globale des marchandises, ses soutiens politiques⁹ et ses impacts sociaux et environnementaux. Cette critique politique ne vise donc plus seulement les *moyens* dont usent les entreprises pour la production de marchandises (main d'œuvre, ressources naturelles), mais aussi les *fins* que cette même marchandise sert à promouvoir. La contestation de l'utilité de la marchandise et des impacts de sa production et de sa consommation peut être sommairement catégorisée selon quatre champs, à savoir les contestations à caractère *social, écologique, sanitaire* et *politique* :

- La **contestation d'ordre social** a été l'une des premières formes de protestation, contre l'exploitation des travailleurs du Sud salariés des usines des multinationales. L'implication politique ne s'intéresse plus à la qualité intrinsèque de la marchandise, puisque l'acceptabilité de cette marchandise se mesurera aussi selon des critères sociaux, en fonction de la contribution au développement social local, aux conditions de travail offertes. Dans cette forme de contestation, les délocalisations motivées par la recherche de coûts de main d'œuvre minimaux sont fortement critiquées¹⁰. Même si elle est à bas prix, la marchandise doit comporter une dose de respectabilité vis-à-vis de ses producteurs en leur permettant l'accès à une « vie digne ». Une forme alternative de cette contestation s'est développée avec le commerce équitable, dont le principe de base est la liaison directe du prix de vente final à une rémunération équitable pour les agriculteurs/producteurs.
- La **contestation d'ordre écologique**, de son côté, porte directement sur l'impact des modes de consommation occidentaux sur notre environnement local et l'équilibre global de la biosphère. Elles dénoncent les incompatibilités entre le rythme de la nature (capacité d'absorption de la biosphère, renouvellement des ressources renouvelables...) et les exigences des modes productifs qu'impose le

⁹ Les implications politiques de la marchandise peuvent être même prépondérantes dans certains secteurs marchands comme la délégation de services publics environnementaux, l'extraction de ressources naturelles et autres économies de rente.

¹⁰ On peut citer par exemple le mouvement anti-sweatshop, débutant avec la campagne lancée contre Nike qui a abouti à la création du mouvement européen Clean Clothes Campaign en 1995, dont le représentant en France est le mouvement de l'éthique sur l'étiquette.

système industriel. Les impacts directs ou indirects de nombreuses activités économiques dépassent les capacités de charge écologiques mais font également peser des risques majeurs aux sociétés. Les pollutions et nuisances de l'environnement local sont également de moins en moins tolérées par les citoyens avertis. L'action de militants écologistes locaux, mais aussi de mouvements internationaux comme Greenpeace ou les Amis de la Terre accompagne et renforce la sensibilisation aux questions de la protection de l'environnement.

- La **contestation d'ordre sanitaire**, par contre, porte plutôt sur les finalités du progrès technique. Les débats sur les risques technologiques focalisent bien toute la difficulté qui existe à mesurer exactement l'utilité réelle d'une innovation technico-commerciale au regard des potentiels risques qu'elle peut faire peser. De nombreuses associations ont ainsi sensibilisé l'opinion publique aux dangers liés aux OGM et à l'agriculture industrielle intensive ou encore promeuvent des modes d'agriculture biologique.
- Enfin, la **contestation d'ordre politique** issu de la montée en puissance du tiers-mondisme durant les années 70, dénonce la dépendance des pays du Sud à l'égard des marchés occidentaux. Cette critique s'est concentrée sur les « effets de domination » ou d'asymétrie qui permettent aux nations « fortes » d'imposer leurs conditions au développement des pays du Sud. Elle vise aussi à condamner les relations entre multinationales et régimes non démocratiques, comme ce fut le cas en Afrique du Sud et comme c'est toujours le cas en Birmanie, où Total continue à travailler en dépit des attaques répétées dont le groupe fait l'objet. Cette contestation politique peut aussi prendre des formes plus radicales, où c'est la logique même du développement par les marchés internationaux qui est à déconstruire au profit d'une relocalisation de l'économie, une simplicité volontaire, voire une décroissance soutenable et conviviale (Latouche, S., 2003).

2) La marchandise, une ressource politique ?

En postulant l'importance de la consommation dans la pérennité de l'acte de production, Galbraith (1974) mettait en avant l'hypothèse que « *le système économique se place sous l'autorité finale de l'individu* »¹¹. Il en découle des interdépendances fortes entre modes de consommation et appareil de production. Ainsi la société civile a intérêt à utiliser cette dépendance économique de l'offre vis-à-vis de la demande pour imposer des choix quant aux caractéristiques sociales et environnementales des produits qu'elle consomme. Consommer, c'est avoir accès à des biens et des services mais c'est également exercer un choix parmi ceux-ci et parmi les différentes combinaisons possibles de biens et services. C'est dans cette expression marchande de la liberté (ou plutôt du choix) que se situe l'essence de la politisation de la marchandise : « *Le consommateur n'a rien d'un être universel : il est lui-même un être politique et social, une force productive (...) à ce titre, il relance des problèmes historiques fondamentaux : ceux de la propriété des moyens de consommation (et non plus des moyens de production), celle de la responsabilité économique (quant au contenu de la production)* » (Baudrillard, J., 1970)

Une forme de politisation de la marchandise s'exerce donc grâce aux dépendances de la production vis-à-vis de la demande (Canfin P., 2003). Ce nouvel espace constitue la marchandise comme institution de médiation et moyen de régulation. La consommation ne relève plus de l'acte désincarné, fonctionnaliste (voire mécanique) visant à maximiser rationnellement une utilité ; mais bien du choix, comportant dès lors des multiples critères de rationalités, des zones d'incertitudes, des motivations économiques, certes, mais aussi sociales et idéologiques. Cette forme de détournement de fonction de la marchandise à des fins autres que la simple satisfaction utilitariste est fréquente. Elle trouve son symbole le plus fort dans la pratique de l'abstention de consommation ou « boycotts ». La consommation devient une « arme » efficace pour influencer les stratégies d'entreprises avant tout soucieuses de plaire au plus grand nombre de consommateurs solvables. Tout citoyen étant dans une certaine mesure également un consommateur, chaque individu dispose – à travers l'acquisition de marchandise – d'un certain capital de coercition vis-à-vis des producteurs envers lesquels ils sont en

¹¹ GALBRAITH J., *La science économique et l'intérêt général*, Gallimard, 1974, p. 29-30.

désaccord sur les modalités d'exercice de son activité. En se mobilisant contre les pratiques d'un acteur économique, des communautés locales, des groupes de consommateurs, voire même d'actionnaires engagés ont pu soutenir des causes politiques. Ainsi l'acte de consommation (ou d'abstention par la non consommation) devient un moyen d'expression nouveau de la citoyenneté « cosmopolitique » (Cf. infra Tableau 1). Ce renversement dans les pouvoirs est désormais bien maîtrisé par les acteurs critiques, et, à en croire certains sondages¹², leurs campagnes répétées commencent à porter leurs fruits. Dès lors, serait-on en train de se diriger vers une *régulation citoyenne* des entreprises (et donc de la production de marchandise), à travers le choix des consommateurs de rejeter une marque associée à un comportement non citoyen ?

Tableau 1 : Exemples de contestation d'ordre politique, par la consommation

Entreprises contestées	Contestation d'ordre politique	Moyen de contestation et impacts économiques
Nike, Gap et les sweatshop...	Conditions de travail, Droits humains fondamentaux : sur le travail des enfants chez leurs sous-traitants	campagne d'activisme, boycott de la marque, dégradation de l'image, création d'un mouvement international « anti sweatshop »
Michelin, Danone et les licenciements financiers	Restructurations drastiques alors que les profits sont importants délocalisations dans des pays à faible coût de main d'oeuvre	Campagne de boycott mais pas de réelle chute des ventes, manifestation de salariés, impact direct sur le vote de la loi NRE
Shell et les pollutions industriels	Les activités extractives sont extrêmement polluantes, on a reproché à Shell son mépris pour l'environnement (ceci vaut pour l'ensemble des groupes pétroliers)	Lorsque le groupe a annoncé son intention de couler sa plateforme en Mer du Nord (Brentspar), une campagne de boycott a été lancée en Allemagne provoquant une chute des ventes de 30 % dans ce pays. La compagnie a finalement décidé de la démonter.

Le citoyen, dont les prérogatives prenaient corps dans le cadre d'un Etat fort, serait-il en passe d'être remplacé par le consommateur ? De toute évidence, on observe l'émergence d'une nouvelle contestation, avec pour toile de fond la mise en place d'une « autre consommation », et peut-être d'une autre société. Cependant, les entreprises, qui conservaient jusqu'alors – et à leur profit – un fort contrôle sur l'évolution de cette société de consommation globalisée, ne peuvent se laisser dicter leur fonctionnement par

¹² D'après un sondage mené par la SOFRES pour Les Echos Conférence, la part de consommateurs ayant boycotté une entreprise est passée de 17% en 2001, à 20% en 2002 et 24% en 2003 (ce qui demeure relativement faible part rapport aux pays anglo-saxons, où ces chiffres tournent autour de 50%).

des groupes de militants relativement marginaux. Il leur fallait donc reprendre la main en se présentant, à leur tour, comme des acteurs centraux dans la régulation de la société globale.

III/ La Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) comme processus de politisation de la marchandise

La notion de responsabilité sociale des entreprises¹³ a plusieurs origines qui se complètent et se renforcent. Nous en dégagerons quatre dynamiques conjointes se renforçant mutuellement : l'éthique des affaires¹⁴, la montée en puissance de la société civile organisée, le développement de l'économie sociale et solidaire et l'institutionnalisation du concept de développement durable (au niveau international tout d'abord puis au niveau des Etats et des entreprises à partir des années 90).

1) Quelle forme de rationalité dans la responsabilité ?

Dans le projet « développement durable », des acteurs très différents vont devoir s'entendre ensemble, coopérer, en vue d'objectifs pluriels, mais convergents dans le temps (assurer la survie de la biosphère dans son ensemble). Nous avons déjà vu qu'avec l'émergence d'une consommation engagée, l'entreprise se trouve mise en position d'instabilité et de remise en cause permanente de l'ensemble de ses pratiques car ses critères d'image, de qualité et de performance ont été déplacés. L'entreprise a à faire face à de nouvelles critiques quant à ses modalités de « bon fonctionnement » (critique réformiste) mais également quant à la légitimité de ses finalités (critique radicale)¹⁵.

¹³ Définition de la responsabilité par le petit Robert : « *obligation morale de réparer ses fautes, de remplir son devoir, d'assumer les conséquences de ses actes et d'en rendre compte.* ». Pour une définition plus complète, nous vous renvoyons à GENDRON C (2000), « la responsabilité sociale », *Revue du MAUSS*, N°15, 1^{er} Semestre 2000.

¹⁴ cf. Gélénier O., 1991, *L'Ethique des affaires*, Paris : édition Seuil ; et en bibliographie Ballet, De Bry (2001).

¹⁵ Boltanski et Thévenot distinguent deux configurations de critiques : la critique réformiste est celle où « *la référence à d'autres mondes ne vise pas à contester la pertinence de l'épreuve, ni le principe sur lequel elle repose mais, au contraire, à en renforcer la validité en épurant les conditions de sa réalisation qui sont seules mises en cause.* » ; et la critique radicale qui fait référence à d'autres mondes afin de « *contester le principe même de l'épreuve, et pour tenter de retourner la situation en substituant à l'épreuve en cours une épreuve pertinente dans un autre monde.* » (B.T., 1991).

L'institutionnalisation du concept de développement durable s'est donc accompagnée d'une dynamique proprement organisationnelle : l'émergence de l'entreprise « responsable ». Désireuse de participer au projet « développement durable », ce type d'entreprise entend offrir ses solutions et sa contribution aux nouveaux enjeux publics mondiaux. Bénéficiant des nouvelles ressources que lui procure la mondialisation des échanges, l'entreprise responsable est capable de multiplier ses interventions en dehors de la sphère strictement marchande ou industrielle. La Commission Européenne a officialisé cet engagement des entreprises dans son livre vert de 2001 en le définissant comme *« l'intégration volontaire des préoccupations sociales et écologiques des entreprises à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes. »*.

La responsabilité sociale et environnementale, comme pendant à la consommation éthique, devrait alors impliquer un changement de logiques productives de la part des entreprises, s'opposant aux stratégies de rentabilité à court terme. Ce changement de logique passe par la recherche d'une triple performance à la fois économique, sociale et environnementale¹⁶. La contribution majeure que nous retiendrons de la notion de responsabilité sociale est qu'elle ne traite plus des questions sociales, économiques et écologiques en termes contradictoires mais bien en tant que composante d'une simple et même performance (ce que certains appellent la « performance globale »). Dans cette vision, l'entreprise devient alors, au même titre que l'Etat ou les collectivités, une institution sociale aux prérogatives étendues au-delà du strict calcul économique. L'intégration des parties prenantes (autres que l'actionnaire) dans le choix des modalités de production et de redistribution des richesses relève de ce même mouvement d'élargissement de la sphère d'influence de l'entreprise et de politisation de sa marchandise.

Pour être pérenne, l'entreprise doit s'adapter non seulement aux contraintes économiques et juridiques mais aussi aux valeurs de la société. Ainsi, le dirigeant doit-il se conformer

¹⁶ Carroll, A. B. 1979. "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance", *Academy of Management Review*, Vol.4, N°4, pp. 497-505. Cette triple performance a été ensuite généralisée dans ce que l'on appelle la « Tripple Bottom Line », la triple exigence ou performance globale.

aux règles du jeu institutionnalisées¹⁷ afin de renforcer son soutien social – base de sa légitimité – qui lui permettra de pérenniser et de développer son organisation. L'entreprise, en tant qu'acteur économique, se doit d'être performante économiquement sous peine d'être « non durable », d'autant plus performante que les espaces concurrentiels dans lesquels se déploient ses actions sont désormais mondialisés ; mais l'entreprise en tant qu'acteur social ne peut nuire de façon trop marquée à la société qui l'entoure sous peine de miner les bases mêmes de son existence, de sa légitimité sociale et donc de sa pérennité à long terme. D'un ensemble de droits privatifs, « l'entreprise capitaliste mondiale » est en passe de devenir un lieu de délibération collective sur les finalités de son activité et les risques qu'elle génère.

En même temps qu'ils deviennent des acteurs dominants de cette scène globalisée, les acteurs marchands et industriels seraient donc incités à se justifier socialement quant aux moyens et aux fins de leurs actions. Des processus multi parties prenantes aboutissant à la définition de normes sociales ou environnementale peuvent être observés dans le domaine de la production marchande (ISO, EMAS, FSC,...) et de sa distribution (filière équitable, biologique, etc...). De ces négociations naissent des formes d'accords composites, plus ou moins durables, que l'on peut qualifier, à la suite de Boltanski et Thévenot, de compromis. De ce compromis, de son instrumentation et de sa stabilité dans le temps dépend le degré d'acceptabilité sociale de cette même marchandise. O. Godard (2002) avance l'hypothèse suivante pour expliquer pourquoi les entreprises s'engagent dans des démarches de développement durable : « *C'est par souci de se prémunir par avance de phénomènes de contestation sociale que certaines entreprises s'orientent vers le développement durable lorsqu'elles n'y trouvent pas directement un marché* ». On trouve là deux idées complémentaires dans le sens où le développement durable « *c'est à la fois des contraintes entre guillemets et des opportunités...* »¹⁸. Des contraintes par ce que les entreprises sont confrontées à des critiques qui les poussent à établir des

¹⁷ C'est à dire les habitudes qui traduisent des conceptions partagées et qui semblent naturelles (cf : CAPRON M., QUAIREL F., « *les dynamiques relationnelles entre les firmes et leurs parties prenantes* », Rapport au Commissariat général du plan)

¹⁸ Citations extraites d'un entretien mené avec un responsable développement durable d'une grande entreprise française lors de travaux de recherches portant sur le rôle des responsables développement durable dans la mise en place des stratégies organisationnelles de responsabilité sociale.

compromis afin de se prémunir des potentiels impacts néfastes sur leur stratégie. Mais les entreprises industrielles et marchandes ont également des intérêts à développer de nouveaux compromis et se lancer volontairement dans la mise en place de dispositif de développement durable. Nous en évoquerons ici trois principaux :

○ **Fidéliser le consommateur :**

La société de consommation apporte en même temps que l'idéologie consumériste une dépendance économique très forte de l'offre vis-à-vis de la demande. L'essentiel des politiques d'image des entreprises consiste à limiter les risques de désaffection de ses consommateurs (la logique « exit » au sens de Hirschman) en renforçant les liens subjectifs entre le consommateur, la marque et l'entreprise. La nécessité d'un esprit au capitalisme s'impose par le fait qu'il reste « *à bien des égards un système absurde* » puisque « *l'accumulation capitaliste, (...) exige la mobilisation d'un très grand nombre de personnes dont les chances de profit sont faibles (...) et à chacune desquelles n'est attribuée qu'une responsabilité infime (...) dans le processus global d'accumulation* » Ainsi, la motivation matérielle, comme motif d'adhésion au système, est significative que pour une part marginale des personnes et l'imposition de ce système par la nécessité (ou l'absence d'alternative) n'est pas suffisante en soi pour susciter un réel engagement. Dès lors, la qualité de l'engagement dépendrait donc « *des arguments qui peuvent être invoqués pour faire valoir non seulement les bénéfices que la participation aux processus capitalistes peut apporter à titre individuel, mais aussi les avantages collectifs, définis en termes de biens communs, qu'elle contribue à produire pour tous* »¹⁹

○ **Discréditer les critiques et éviter les interventions régulationnistes:**

La logique de la Justification telle que formulée par Boltanski et Thévenot (1991) explique cette utilisation de la responsabilité d'entreprise²⁰. L'entreprise cherche ici à

¹⁹ Boltanski L., Chiapello E., 1999, p.41

²⁰ Selon les auteurs, la vie dans une société complexe est marquée par la pluralité des principes d'accord possibles se fondant sur des cultures ou des systèmes de valeurs (partagés par des communautés de personnes). C'est de la pluralité de ces principes d'accords que naissent des conflits, sources d'incertitudes problématiques pour une entreprise qui a besoin au contraire d'homogénéité et de prévisibilité de son

montrer en quoi elle est économiquement viable, socialement responsable et environnementalement soutenable en s'équipant de divers dispositifs et outils organisationnels discréditant la critique et anticipant les régulations²¹. Soumis à la possibilité de la critique du fait même de sa participation au développement (durable ou pas), l'acteur marchand ou industriel va donc devoir produire des dispositifs de justification et ce faisant permettre l'instauration, volontaire ou contrainte, de nouveaux compromis. Ces dispositifs de justification ou de transition visent à assurer une meilleure adéquation des pratiques de l'entreprise à l'ensemble des attentes de ses parties prenantes. Pour l'entreprise, il s'agira donc de produire des manifestations d'une nouvelle forme de responsabilité. Cette responsabilité engage une stratégie d'entreprise qui, grâce à la formation de compromis successifs, partiels et parfois momentanés, assure la pérennisation des activités de l'entreprise en minimisant les risques de conflit et de remise en cause de leur légitimité au sein de la société.

○ **Créer de nouveaux marchés et améliorer sa rentabilité :**

Les exemples de nouveaux marchés ouverts par l'incorporation du paradigme de développement durable à la sphère économique sont nombreux et témoignent de la grande diversité des initiatives économiques qui peuvent être menées au sein des organisations : commerce équitable, filières de qualité, fonds d'épargne solidaire ou fonds de gestion éthique, développement de nouveaux service de proximité et de services environnementaux, conseil ou ingénierie spécialement dédiés au développement durable, intégration de nouveaux systèmes d'information afin de pouvoir étendre les domaines de contrôle et de suivi (jusqu'alors uniquement axés sur des critères comptables et financiers et non sur des critères sociaux ou environnementaux). Selon M. Porter, la recherche de productivité propre au monde industriel est également dynamisée par le concept de développement durable car les politiques environnementales visant à réduire les

environnement. Pour plus de détails sur cette problématique de la responsabilité sociale comme forme de justification, nous vous renvoyons à une communication de METROT F., 2005, « Développement Durable et Entreprise Responsable : formation des politiques de développement durable et cohérence des stratégies. », cf. bibliographie.

²¹ Dans le cas où les actions entreprises ne conduisent pas à une remise en cause des pratiques productives critiquées, on parle de « *window dressing* » (ravalement de façade) ou de « *greenwashing* » (verdissement de l'image).

pollutions ou à améliorer l'éco-efficience sont de puissants moteurs d'innovation en même temps que de potentiels gisement d'économies de coûts (Porter, M.E., 1995). Il est également possible d'améliorer la productivité d'une entreprise en produisant « propre » (économie d'énergie ou innovation)²² ou « responsable » (en humanisant sa réputation), ou en créant de nouvelles offres face à la demande de contenu éthique. Mettre en place une politique de responsabilité sociale répond ici à un désir de ne pas se laisser distancer par ses concurrents ou bien encore de se conformer à de nouvelles attentes de la part des clients et des consommateurs (Canel-Depitre B., 2001). Des logiques de minimisation des risques d'investissements, de « benchmarking » (veille concurrentielle), de communication et de marketing fusionnent dans ce qu'il est convenu d'appeler les politiques développement durable des entreprises. Il s'agit de trouver des avantages concurrentiels non plus seulement au niveau de la nature concrète de l'offre de biens et services (le rapport quantité prix) mais également au niveau de sa nature symbolique, des valeurs et des visions managériales que véhicule leur production (un imaginaire productif en quelque sorte).

En définitive, comme certains auteurs l'énoncent déjà, le premier facteur de généralisation des démarches de responsabilité sociale résulte dans le fait qu'elles sont vues non plus en tant que coût irréversible (sunk cost) mais bien comme une forme d'investissement immatériel augmentant la qualité de sa production et fournissant de nouvelles ressources à l'entreprise (Min-Dong, P.L., 2005). On pourrait dire, pour employer les termes d'Amartya Sen (2002), que les entreprises doivent désormais faire preuve de « compassion », même si cela n'implique pas un réel « engagement » de leur part²³.

Conclusion : Un champs instable et restreint

²² PORTER M.E., VAN DER LINDE C., 1995, « Green and competitive : ending the stalemate », *Harvard Business Review*, Septembre Octobre 1995.

²³ Lorsqu'il s'agit de compassion, l'entreprise se soucie d'autrui car sa propre réussite en dépend, nous sommes dans un cas où la poursuite de l'utilité personnelle dépend en partie de l'utilité d'autrui (cette perspective est théorisée par ce que l'on appelle la « Stakeholder Theory »). Dans le cas de l'engagement, il n'y a pas de relation directe entre utilité personnelle et utilité d'autrui, l'action est avant tout justifiée par des principes d'ordres moraux, éthiques ou déontologiques.

Nous avons tenté d'apporter une contribution à la conviction de Jean Baudrillard pour qui « *la consommation est un gigantesque champ politique, dont l'analyse, après et en même temps que celle de la production, est encore à faire.* ». Dans notre analyse, la marchandise est tour à tour support de la critique ou élément de justification à cette critique. Ainsi, l'acte consumériste et la marchandise se trouvent au centre d'un nouvel espace de débat politique favorisant l'élaboration conjointe de compromis, incitant à la formation de micro-régulations locales entre parties prenantes en conflit.

Les réseaux de commerce équitable, les initiatives d'économies sociales et solidaires ou bien l'engagement volontaire des entreprises dans des démarches de responsabilité sociale sont autant d'éléments constituant ce nouveau champ d'analyse de la consommation en tant qu'acte politique. Si l'on s'essaie à une caractérisation de ce nouveau type d'économie, ce qui est extrêmement ardu tant les formes d'organisations, les projets et les actions sont divers dans ce domaine, il faudra toutefois mettre en avant une triple spécificité liées aux rôles des individus, à la nature des ressources mobilisées et à la visée intentionnelle de l'action (Eme, B., 2003) :

- **les acteurs de ces organisations sont des parties prenantes.** Elles s'inscrivent dès lors dans un processus participatif de construction d'un agir collectif aux vues de développer une économie plurielle et pluraliste (qui reconnaisse les spécificités respectives des différentes formes d'économie).
- **les ressources économiques mobilisées sont plurielles** et déterminent l'orientation et la nature de l'agir collectif (est-ce un service uniquement marchand, un service technique complémentaire comme l'insertion par l'activité économique, un service relationnel, un service démocratique, un service militant comme certaines formes de commerce équitable ?). La pluralité des types d'économies mobilisées dans le cadre de la responsabilité sociale amène à former une économie hybridée, soutenue par une pluralité de ressources économiques. La notion d'économie plurielle vise à rendre compte de cette pluralité de types

d'économie où est en jeu l'économie de marché, l'économie de redistribution²⁴ et l'économie de la réciprocité (qui engagent quotidiennement les individus à travers des actes désintéressés, des pratiques bénévoles)

- **l'utilité sociale de l'activité** est recherchée à travers la production de biens collectifs, solidaires et environnementalement soutenables.

Deux limites majeures peuvent être énoncées quant au possible devenir de cette politisation de la marchandise ; la première limite est liée à l'absence de stabilité dans le temps et dans l'espace des compromis structurant les démarches de responsabilité des entreprises ; la deuxième limite interroge quant à elle la légitimité démocratique des nouveaux acteurs régulateurs de cette politisation de la marchandise.

- *des compromis instables, faiblement instrumentés et géographiquement cloisonnés :*

Dans l'espace global du « Méta-Jeu », ce sont les acteurs marchands et issus de la société civile qui créent eux-mêmes les conditions d'un espace de débat et en fixent les termes. Enoncer que les parties prenantes participent aux stratégies de développement durable, et en sont même des acteurs clés, serait quelque peu incorrect si l'on ne précisait pas que ces parties prenantes disposent chacune d'influences variables sur l'entreprise qu'elles critiquent. Du fait de leurs ressources institutionnelles et économiques importantes, le pouvoir de négociation de l'entreprise est intrinsèquement supérieur à beaucoup d'entre elles. Cette supériorité induit de forts effets d'asymétrie sur les ressources et les informations mobilisables par chacun. Ces asymétries permettent à l'entreprise de peser sur la légitimité de la critique, sur l'ordre des négociations et sur les règles de coopérations. En outre, les parties prenantes ne seront reconnues comme telles que si elles disposent du pouvoir ou de la légitimité pour se faire reconnaître. Ce sont donc les acteurs marchands, et non les institutions, qui définissent de quelle manière le problème

²⁴ Toutes les deux sont monétaires ; l'une régulée par l'argent et l'autre par le pouvoir.

sera abordé, qui participera au débat, quelles solutions pourront être discutées et finalement quelles modifications dans leur production ils seront prêts à consentir.

Les pouvoirs et les contre pouvoirs n'utilisent donc plus une logique de revendication ou de contrainte mais plutôt une dynamique d'incitation, de proposition et par là même de création de nouvelles règles. Cette nouvelle forme de production normative, ou plus précisément de co-production, découle d'un partage du pouvoir entre une multiplicité d'organisations, aux ressources et aux intérêts divers. Cette hétérogénéité et les divergences d'intérêts de ces nouveaux acteurs décisionnels impliquent l'absence de stabilité de ce nouveau modèle de régulation économique ainsi que des modes de régulation divers dans leur contenu. Il est donc, dans le cadre cosmopolitique, très difficile d'obtenir un accord (compromis) durable entre les différentes parties en présence, car il n'existe pas à ce jour d'institution à échelle mondiale susceptible de produire un compromis institutionnalisé et que les compromis locaux ne sont pas additifs (Bardelli, P., 2006). Le champ politique qu'ouvre la consommation citoyenne aboutit donc à une sédimentation progressive de formes institutionnelles à géométrie et à principe variable.

- *l'absence de légitimité des acteurs du nouveau champ politique marchand :*

Les acteurs de la régulation marchande rencontrent tous l'obstacle majeur de leur légitimité à devenir des agents de régulation économique. Ceci est d'autant plus vrai lorsque leurs modes de « régulation » se font par la consommation, face à laquelle tous les citoyens sont loin d'être égaux (le critère de solvabilité étant le fondement de la consomm'action). Les mouvements associatifs et militants souffrent de leurs divisions et de leurs dispersions, avec une incapacité à se positionner en véritable contre pouvoir institutionnalisé. Cette tendance est renforcée par les difficultés qu'ils rencontrent à concilier les contraintes d'effectivité de la contestation (offrir à leurs militants des objectifs concrets et atteignables, avec des outils – la marchandise – mobilisables par tous) avec la poursuite d'une logique finale « alter-marchande ». Leur choix de recourir à la marchandise comme levier d'action risque de les conduire à certaines contradictions

insurmontables entre leurs objectifs de court terme (changer les pratiques) et leurs finalités à long terme (changer le système).

Les acteurs économiques connaissent la même absence de légitimité tant démocratique (aucun actionnaire n'est élu démocratiquement) que fonctionnelle (l'entreprise ne dispose pas d'une compétence particulière pour gérer le bien commun²⁵). De plus, l'analyse de politiques de développement durable met en avant un décalage systématique entre l'ampleur des menaces annoncées et l'anémie des politiques censées y répondre. Ces dernières ignorent bien souvent les considérations d'impacts à long terme dans leurs politiques de responsabilité sociale et environnementale, trahissant par là même les préoccupations essentiellement conjoncturelles de ces programmes (éteindre une critique sans remettre en cause le principe). Dès lors, les politiques dites de « développement durable » restent bien souvent confinées à la marge de l'activité de l'entreprise, plutôt que de s'imposer – dans la logique d'un changement radical des pratiques – au sein des organes de décision.

Finalement, si l'irruption de la critique dans la consommation peut être considérée comme un moyen de « démocratiser » le fonctionnement économique, il n'en reste pas moins que la réallocation des ressources à des buts d'intérêts généraux reste marginale, d'autant que toute collectivisation demeure dans les règles du marché et qu'aucun acteur global ne dispose d'une réelle légitimité démocratique pour institutionnaliser ces réallocations. Pour Marie Dominique Perrot²⁶, le débat sur la consommation citoyenne est ainsi faussé car il s'engage sur une mauvaise échelle ; en effet, la mondialisation économique n'est que l'expression poétisée de l'extension mondiale du marché comme système d'organisation sociale et d'allocation optimale des richesses. Dans ce sens, réfléchir à un quelconque commerce équitable ou à une entreprise environnementalement soutenable demande avant tout de penser l'économie en tant qu'activité sociale locale. Le

²⁵ L'échec de l'Accord Mondial sur les Investissements a précisément relevé de la forte mobilisation des associations contre les pouvoirs que s'étaient octroyés les multinationales dans les instances de discussion internationales. La mobilisation, autour des mêmes motifs, demeure forte dans les négociations de l'AGCS.

²⁶ Extraits tirés de son intervention : « *De la démesure ordinaire à la démondialisation nécessaire* », PERROT M.D., cité dans *Acte du colloque, Défaire le développement, Refaire le monde*, Edition Parangon, 2003.

retour à une certaine forme de démocratie économique passerait nécessairement par une « démondialisation » des échanges dans lesquels le commerce équitable actuel n'est pas insérable. Pourtant bien amorcée, la tentative de socialisation de la marchandise – et la consommation politique – apparaît donc comme un moyen nécessaire, mais grandement insuffisant, pour corriger certains excès de la mondialisation. Faute de cohérence d'ensemble, la responsabilité sociale des entreprises et la contestation par la consommation ne peuvent constituer un système alternatif viable à eux seul, une « autre société ». L'hypothèse forte sous-tendant la responsabilité sociale des entreprises tout comme la consommation citoyenne pose alors peut être problème : les déséquilibres sociaux et environnementaux ne peuvent plus être réglés uniquement par des ajustements individuels ou organisationnels mais bien au travers d'une meilleure articulation entre macro, méso et micro dissolvant les niveaux collectif et institutionnel dans l'individualisme méthodologique du système économique actuel.

Bibliographie

Ouvrages:

Baudrillard, J., 1970, *La Société de Consommation*, Paris : Editions Denoel (réédition Folio, Coll. Essais, 2004)

Beck, U., 2003, *Pouvoir et Contre-pouvoir à l'ère de la mondialisation*, Paris : édition Aubier, coll. Alto, 562 p.

Boltanski, L, Thévenot, L., 1991, *De la Justification, Les économies de la grandeur*, Paris : éditions Gallimard, NRF - Les Essais, 484 p.

Boltanski, L., Chiapello, E., 1999, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris : éditions Gallimard, NRF - Les Essais, 844 p.

Galbraith, J.K., 1974, *La science économique et l'intérêt général*, Paris : éditions Gallimard, 400 p.

Sen, A., 2002, « Des idiots rationnels », essai tiré de *Ethique et économie*, 2^o éditions, Paris : éditions PUF, coll. Quadrige, p.87-116.

Actes du colloque « Défaire le développement, Refaire le monde », 2003, Paris : Edition Parangon, 414 p.

Ballet J., De Bry, F., 2001, *L'entreprise et l'éthique*, Paris : éditions du Seuil.

Comeliau, C. (ed.), 2003, *Brouillons pour l'avenir, contributions au débat sur les alternatives*, Nouveaux cahiers de L'IUED, Paris : éditions PUF, coll. Enjeux, 260 p.

Articles :

Bardelli, P., 2006, « La responsabilité sociale des entreprises, argument de régulation post/fordienne et / ou support de micro-régularités », *Les Cahiers de la Chaire, ESG-UQAM*, N° 01-2006.

Canel-Depitre, B., 2001, « *L'entreprise face aux paradoxes du consommateur-citoyen* », *Revue Française de Gestion*, N°136, Nov-Déc 2001.

Canfin, P., "Le consommateur, acteur de la régulation de l'économie capitaliste de marché", *Revue ECOREV*, Juin 2003, N°13.

Christian Aid, 2004, *Behind the mask, The real face of corporate social responsibility*, London, Christian Aid.

Eme, B., Gardin, L., 2003, « Organisation et dispositif d'économie solidaire en région Centre », *Rapport Final, Recherches du CRIDA dans le cadre de recherche mis en place par le secrétariat d'Etat à l'Economie Solidaire*.

Gendron, C., 2000, « La responsabilité sociale », *Revue du MAUSS*, N°15, 1^o Semestre 2000.

Godard, O., 2002, « Le développement durable et les entreprises », *Revue des deux mondes*, Oct-Nov 2002

Godard, O., 2004, « De la pluralité des ordres, les problèmes d'environnement et de développement durable à la lumière de la théorie de la justification », *Cahier de la Chaire de Développement Durable de l'école Polytechnique*, CR N° 2004-007.

Latouche, S., 2003, « il faut jeter le bébé plutôt que l'eau du bain », dans COMELIAU C. (dir.) (2003), *Brouillons pour l'avenir, contributions au débat sur les alternatives*, Paris : éditions Puf, Collections enjeux.

Latouche, S., 2003, « A bas le développement durable ! Vive la décroissance conviviale ! », in BERNARD M., *et al.* (sous la coord.), *Objectif décroissance*, Paris : éditions Parangon.

Porter, M.E., Vand Der Linde, C., 1995, « Green and competitive : ending the stalemate », *Harvard Business Review*, Septembre Octobre 1995.

SAINSEAU LIEU R., 1992 (2^o ed.), *L'entreprise, une affaire de société*, Paris : Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques (1^o édition en 1990).

Metrot, F., 2005, « Développement durable et entreprise responsable : formation des politiques de développement Durable et cohérence des stratégies », communication présentée à la 2^o journée « Développement durable » de l'AIMS, IAE – Aix en Provence, 11/05/2005 (www.strategie-aims.com).

Min-Dong, P.L., Sunghoon, K., 2005, "From Cost to Resource: The Transformation and Diffusion of Corporate Social Responsibility", *CSES Working Paper Series*, N°25, January 2005.

Utting, P., 2001, « L'intérêt bien compris des entreprises ? », *Courrier de la Planète*, N°64.

Rey, F., 2002, « De vrais convertis et une cohorte d'attentistes », *Liaisons Sociales magazine*, septembre 2002, p. 22-25.