

COLLOQUE DE LA CIDEGEF

BEYROUTH – 28 et 29 octobre 2004

« Le management face à l'environnement socio-culturel »

LES NORMES SOCIALES : UNE ARME CULTURELLE **DANS LA BATAILLE CONCURRENTIELLE.**

Eric VATTEVILLE
Professeur des Universités
I.A.E. de ROUEN
Adresse personnelle : 5 parc de la Londe
76130 MONT-SAINT-AIGNAN – France
Tel : 02 35 70 24 51

La normalisation est un jeu politique entre les nations et un enjeu socio-économique pour les dirigeants des entreprises. Elle a pris naissance aux Etats-Unis dans un environnement culturel particulier, marqué par une vision puritaine des rapports marchands et une conception normative de l'équilibre de l'économie. La définition de « bonnes pratiques » est censée conduire à la maîtrise éthique des comportements des acteurs. La culture américaine accueille volontiers les recommandations prescriptives : « *C'est ainsi que les choses doivent être faites.* » Elle accorde en outre une large place au « principe de charité », les plus fortunés doivent venir en aide aux déshérités¹. L'investissement socialement responsable (ISR) a trouvé sa source dans le profond tissu associatif (voire sectaire) d'Outre-Atlantique.

Les normes sociales permettent de distinguer la bonne et la mauvaise façon d'agir. Elles possèdent par essence une dimension morale. Elles peuvent contribuer à préserver le capital de sociabilité nécessaire à la solidarité entre les citoyens. Elles sont, dans chaque pays, un facteur de compétitivité pour l'économie nationale. Michelle DEBONNEUIL et Lionel FONTAGNE donnent de cette notion la définition suivante : « *Capacité à améliorer durablement le niveau de vie de ses habitants et à leur procurer un haut niveau d'emploi et de cohésion sociale.* »².

Un pays dont les prix – notamment les salaires – ne sont pas justifiés par les avantages que les entreprises peuvent trouver à y fonctionner, est exposé au risque de voir fuir les capitaux et les emplois³. La dictature de la compétitivité⁴ conduit les firmes, de leur côté, à afficher le respect de certaines règles pour construire la confiance nécessaire à leur survie.

¹ Michel CAPRON et Françoise QUAIREL-LANOIZELEE, « *Mythes et réalités de l'entreprise responsable.* » La Découverte, 2004.

² Michelle DEBONNEUIL et Lionel FONTAGNE, « *Compétitivité.* » *La Documentation Française*, 2003. Dans ce rapport destiné au Conseil d'Analyse Economique (CAE), ils reprennent la conception de la compétitivité retenue au Sommet Européen de Lisbonne (23 et 24 mars 2000).

³ Anton BRENDER, « *La France face à la mondialisation.* » La Découverte, 1998 (Collection « Repères » N°248).

⁴ La compétitivité de l'entreprise est une notion relative et contingente. Elle est couramment définie comme l'aptitude à soutenir durablement la concurrence ou mieux, la capacité à préserver ou à augmenter une part de marché. Elle a deux dimensions essentielles. L'une traduit la faculté de produire à un coût moindre que les concurrents (compétitivité-prix). L'autre indique l'adresse à fournir des biens de meilleure qualité (compétitivité hors coûts).

Une entreprise n'est jamais définitivement ni universellement compétitive. Elle l'est à un moment donné, par rapport à un environnement déterminé. La tentation est forte de le modifier pour déplacer les fondements de l'avantage concurrentiel. L'instauration de normes sociales pèse sur la combinaison des facteurs de production par les firmes et sur leur rentabilité. Ces normes sont suffisamment floues, tantôt règles de droit, tantôt mesures de politique économique, tantôt conventions entre acteurs particuliers, pour favoriser les jeux stratégiques⁵. Leur finalité, en revanche, est claire : transformer les conditions de la concurrence, retrouver le contrôle du marché. Cet enjeu économique est fondamental. La globalisation entraîne la généralisation d'une culture de la marchandise. Cette configuration comportementale, cohérente mais fermée, est propagée par un nouveau groupe d'acteurs, les « travailleurs mondiaux »⁶ issus dans leur grande majorité des écoles de gestion anglo-saxonnes.

Selon l'idéologie libérale, les marchandises et les facteurs de production doivent pouvoir circuler librement. La consolidation du libre-échange est le fondement des relations économiques internationales, réaffirmé sans cesse par l'Organisation Mondiale du Commerce depuis 1994. La libre concurrence est posée comme l'instrument adéquat pour atteindre les fins espérées en matière de développement, d'environnement, de santé... Elle a une valeur normative dont le bien-fondé peut être discuté.

Le marché n'est pas la mécanique impersonnelle et rationnelle souvent décrite. Il est le produit d'une longue histoire⁷ ayant conduit à un agencement particulier des institutions et des comportements. Il présente souvent des imperfections et peut connaître des défaillances.

Le jeu spontané des prix ne peut hiérarchiser correctement les préférences que si les acteurs adoptent des comportements de type individualiste. Ce n'est pas toujours le cas. Les disparités de salaires observables aujourd'hui dans le monde⁸ font de cette variable un point sensible susceptible de générer des conduites de collusion. Les normes sociales peuvent être mobilisées de façon opportune pour réduire un écart mortel pour bon nombre d'activités localisées en Occident.

La plupart des économistes mettent l'accent sur la nature intrinsèquement protectionniste de toute « clause sociale ». Un tel dispositif, inspiré par les droits fondamentaux de l'homme au travail édictés par l'Organisation Internationale du Travail, porte en général sur la liberté d'association, sur le droit à la négociation collective, sur la non discrimination dans le travail, sur l'interdiction du travail forcé et sur les conditions de travail des enfants⁹. Sur le plan strictement économique, il permet de confisquer aux pays émergents une partie de l'avantage comparatif qu'ils détiennent dans la production des biens intensifs en main d'oeuvre¹⁰. Il ne s'agit plus seulement de conditionner la demande, domaine dans lequel

⁵ La compétitivité repose largement sur la coopération et l'apprentissage : « l'efficacité est relationnelle. » (Pierre VELTZ, « *Des lieux et des liens*. » Editions de l'Aube, 2002), elle est donc culturelle, elle repose sur une certaine programmation collective des mentalités.

⁶ R.REICH, (« *L'économie mondialisée* », Dunod, 1993) les présente comme des manipulateurs de symboles.

⁷ Il a fallu des siècles pour instituer les lois réglementant le transfert des droits de propriété, condition de tout échange marchand.

⁸ De l'ordre de 1 à 40 pour les coûts salariaux horaires des ouvriers de l'industrie entre le Chine et l'Europe occidentale.

⁹ Les syndicats américains ont fait introduire de telles clauses dans le traité de l'ALENA.

¹⁰ Une présentation synthétique du problème a été faite par Jean-Marc SIROËN, « Existe-t-il une justification économique à la clause sociale ? Quelques éléments de réflexion. » Contribution à l'ouvrage collectif dirigé par

les spécialistes du marketing ont atteint l'excellence, mais aussi de peser sur les modalités de l'offre. Une telle action permet de déplacer l'équilibre du marché et ouvre la voie à un certain contrôle de la concurrence. Cette perspective sera explorée dans un premier point : le conditionnement des marchés.

Les normes sociales, par ailleurs, privent les états d'une partie de leur souveraineté. Elles portent atteinte au droit de chaque pays de définir son propre système de valeurs, notamment le niveau de protection sociale jugé approprié. Ces nouvelles règles tendent à promouvoir une culture uniforme, une définition du bien commun fondé sur un principe d'humanité, héritage de la philosophie politique occidentale. Elles ont tous les traits d'un bien public mondial¹¹. Le marché est incapable de produire cette catégorie de biens car il échoue à leur donner un prix. Une des particularités de la normalisation sociale et d'avoir une origine privée¹². La privatisation du bien commun est une tentative originale d'altération des modèles socio-économiques nationaux destinés à mieux maîtriser certains processus concurrentiels. Nous en examinerons les modalités dans un second point.

I.- Le conditionnement des marchés.

Les marchés mettent à la disposition des entrepreneurs un mécanisme puissant pour prendre et redistribuer le pouvoir et les risques. Il serait imprudent de les abandonner à un jeu libre de toutes contraintes. Les différences de compétitivité proviennent pour une bonne part de la nature des lois et des institutions dont chaque région s'est dotée¹³. Les normes environnementales ou sociales font partie des moyens permettant de les influencer.

La prolifération des « codes de bonne conduite » chez les firmes multinationales et la multiplication des audits sociaux qui en découlent chez leurs fournisseurs des pays émergents ne sont pas principalement justifiés par un souci éthique nouveau et impérieux. Ils coïncident avec la recherche d'avantages trivialement matériels.

L'élaboration et l'application des normes sociales ne sont pas extérieures à l'action économique. Elles en constituent un volet aujourd'hui essentiel. Elles font partie de l'effort conduit avec persévérance par les producteurs pour prendre le contrôle des marchés. Cette stratégie peut avoir deux points d'application principaux : le choix des techniques de production et la construction d'un code partagé. Dans le premier cas il s'agit d'influencer les conditions de l'offre par le jeu des prix des facteurs de production pour modifier leur combinaison au travers de l'investissement et leur amélioration par le biais de l'innovation. Dans le second cas il est question de peser sur les préférences des consommateurs et sur la

Jaime de MELLO et Patrick GUILLAUMONT, « Commerce Nord-Sud. Migration et délocalisation. Economica, 1997.

¹¹Selon la définition célèbre de Paul SAMUELSON (« The Pure Theory of Public Expenditure. », *Review of Economics and Statistics*, 1964), un bien public pur est caractérisé par deux traits : non rivalité des consommations et non exclusion des consommateurs. Pour être qualifié de mondial ou global il doit en outre être accessible à plusieurs territoires et préserver l'intérêt des générations futures.

¹² Elle résulte le plus souvent de l'effet de domination exercé par les grands donneurs d'ordre du Nord sur leurs sous-traitants du Sud, voire des pressions des organisations non gouvernementales de défense des droits de l'homme ou de l'environnement, et non d'une adhésion souveraine à un traité international, expression d'une préférence politique interne pour un modèle social plus humaniste.

¹³ Elles dépendent aussi des expériences sociales qui y ont été accumulées. Le Nord et le Sud sont très différents de ce point de vue. (Voir Anton BRENDER, « Face aux marchés, la politique. » La Découverte, « Cahiers libres », 2002).

coordination de leurs décisions, éléments moteurs de la *demande*, deuxième déterminant de l'équilibre sur tout marché. Ces deux axes seront successivement examinés.

1°.- L'imposition de normes nouvelles peut entraîner un changement dans les techniques de production¹⁴. Elle crée un différentiel de coûts, voire de qualité. La destruction des sources de profitabilité des concurrents peut concerner n'importe quel maillon de la chaîne de valeur. La clause sociale a un effet direct sur le coût de la main d'œuvre. Elle incite les employeurs à se préoccuper de la productivité horaire du travail. Pour l'augmenter ils doivent relever le taux de salaire, les théoriciens du salaire d'efficience ont mis l'accent sur cette relation¹⁵. Un tel changement constitue une incitation en faveur de stratégies plus capitalistiques. Il accélère la substitution du capital au travail, phénomène bénéfique pour les fournisseurs de biens d'équipement.

Dans l'économie de marché traditionnelle, le consommateur constitue l'acteur principal. « *Les ordres vont dans un seul sens, de l'individu au marché, puis du marché au producteur.* » (J.K.GALBRAITH)¹⁶. Les entrepreneurs ont déployé beaucoup d'efforts pour inverser cette séquence et substituer leur souveraineté à celle des consommateurs. Leurs choix technologiques jouent un grand rôle dans le conditionnement de l'offre. Ils contribuent d'un côté à l'élargissement de leur pouvoir de monopole envers les acheteurs et de l'autre à l'augmentation de leur pouvoir de monopole à l'égard des apporteurs de facteurs de production, notamment les travailleurs

La première perspective ne concerne qu'indirectement l'utilisation des ressources humaines, cibles des normes sociales. Elle emprunte couramment deux voies :

- La mise en sommeil des marchés par le système des contrats qui trouve son aboutissement avec la firme réseau. Ce nœud temporaire de conventions a simplement pour but de mettre en relation des capacités de production et des consommateurs. Il permet de transférer sur d'autres agents économiques les problèmes de production et les responsabilités techniques, commerciales, environnementales ou sociales. En alourdissant les contraintes en ces domaines, on affaiblit le pouvoir compensateur des partenaires.
- Le contrôle de la durabilité des biens qui est un des aspects majeurs de la maîtrise du temps. La réduction de la longévité de la plupart des biens de consommation durables est une des faces les plus critiquables de nos économies. Elle contribue beaucoup à la production de déchets et à la détérioration de la qualité de la vie¹⁷.

¹⁴ Le protocole de Montréal de 1987 relatif aux substances qui appauvrissent la couche d'ozone atmosphérique, tout particulièrement les CFC (chlorofluorocarbones), fournit un bon exemple dans le domaine de l'environnement. Il a opportunément coïncidé avec la mise au point de substituts par Dupont de Nemours. L'Oréal, gros utilisateur de CFC pour ses laques en aérosols, a dû investir plus de 200 millions de francs pour modifier ses chaînes de fabrication en Europe.

¹⁵ La sous-rémunération du travail dans les pays émergents pèse sur la productivité de ce facteur et freine leur sortie du sous-développement.

¹⁶ J.K.GALBRAITH, « *Le nouvel état industriel.* » Bibliothèque des Sciences Humaines, Gallimard, 1968.

¹⁷ Elle repose sur des moyens bien connus : l'usure incorporée (mise sur le marché de produits de moindre résistance), l'obsolescence provoquée par la création de modes, le retrait du marché, moyen le plus radical, accompagné souvent de la disparition des pièces détachées qui interdit toute survie trop prolongée des biens concernés.

La seconde perspective conduit à la segmentation du marché du travail. Confrontés à une conjoncture difficile, les entrepreneurs ont remanié leur comportement d'emploi. Au nom de la productivité et de l'employabilité il est devenu possible d'écarter du marché du travail une partie de la population active et d'utiliser la complexité des relations entre un marché primaire¹⁸, un marché secondaire et un marché clandestin pour différencier les rémunérations et les niveaux de protection sociale tout en affaiblissant les solidarités collectives. Le pouvoir de monopsonne des firmes est renforcé en outre par la menace toujours latente de délocalisation de l'activité.

Les entreprises ne manquent pas de moyens pour conditionner l'offre et imposer leurs choix technologiques. Mais le mieux est encore de faire sanctionner la structure des produits proposés par une modification des préférences des demandeurs eux-mêmes. Il s'agit du second axe stratégique, le conditionnement de la demande par la construction d'un code partagé.

2°.- Le consommateur n'est pas un calculateur isolé. L'élément le plus décisif de sa satisfaction est la nature du réseau de relations qu'il entretient avec autrui. La consommation est un système de signes¹⁹. « *L'achat ou l'usage d'un produit est un langage...un discours que j'articule pour me construire moi-même et que je parle aux autres pour définir mes relations avec eux.* » (G.SERRAF)²⁰. Les biens que nous utilisons permettent de communiquer. Ils ont une signification sociale fondamentale, ainsi la recherche de l'éthique sur l'étiquette peut devenir un signe de distinction.

Certaines firmes multinationales n'ont pas manqué d'exploiter ce nouvel argument de communication. Par exemple en avril 2003 en Suisse, Max Havelaar a passé un contrat avec la chaîne de restauration rapide Mc Donald's. Il prévoit que les 140 établissements situés dans ce pays ne proposeront à leurs clients que du « café équitable. »²¹

La consommation a une valeur symbolique. Elle permet de s'intégrer à un groupe en se différenciant des autres groupes. La satisfaction de chacun ne dépend pas uniquement du volume absolu de sa consommation, mais aussi du rapport qu'il entretient avec les quantités utilisées par les autres. Le système produit autant de frustrations que de satisfactions²².

Le management moderne a rapidement saisi la puissance de ce moteur de la croissance et la nécessité pour l'entretenir de manipuler les valeurs. Il s'est engagé dans la création de styles de vie annihilant en grande partie la souveraineté des consommateurs. Le système des besoins est le produit du système de production et non l'inverse. Les entreprises sont devenues productrices de symboles autant que de biens.

¹⁸ Il regroupe le « noyau dur » de salariés stables et protégés mais soumis à une sélection de plus en plus sévère.

¹⁹ Elle constitue pour la sémiologie un vaste champ d'investigation. Sur le sujet, l'ouvrage de Jean BAUDRILLARD « *Pour une critique de l'économie politique du signe.* » (Collection « Tel », Gallimard, 1976) est devenu classique.

²⁰ G.SERRAF, « *Marketing et stratégie des produits.* » Publi-Union, 1974.

²¹ Ces partenariats se multiplient : FIDH avec Carrefour, Greenpeace avec Lapeyre, WWF avec Lafarge...(Thierry PECH ET Marc-Olivier PADIS, « *Les multinationales du cœur. Les ONG, la politique et le marché.* » Collection « La république des idées », Seuil, 2004.)

²² Chacun améliore son niveau de vie avec la croissance, mais comme tout le monde suit à peu près la même évolution, les positions relatives demeurent contrastées. La société de consommation produit la richesse et la pauvreté.

L'adoption de standards communs facilite les échanges dans une économie globalisée. Elle permet de lutter contre les asymétries de l'information. L'affichage de règles de comportement, de codes de bonne conduite est une condition de la confiance nécessaire pour pérenniser les relations commerciales et la rentabilité. La normalisation est un choix social. Elle couvre un champ de plus en plus étendu, la qualité depuis 1987 (ISO 9000), l'environnement depuis 1996 (ISO 14000), le social depuis 1997 (SA 8000)²³. Construites autour d'une idéologie commune, ces trois normes donnent aux consommateurs citoyens des garanties minimales sur le respect des standards de qualité, de protection de l'environnement et des droits sociaux, mais elles fournissent aussi aux entreprises un puissant outil stratégique. Elles contribuent à modeler les préférences de leurs partenaires

Les normes, certifications, codes, chartes, labels se multiplient sans parvenir toujours à améliorer le bien-être collectif. L'opinion partagée génère une uniformité certaine dans les discours tenus, mais plus faible dans les pratiques. Les conditions réelles de fabrication des biens restent souvent inconnues. Les conventions normalisatrices peuvent dissimuler une certaine hypocrisie organisationnelle. L'interdiction du travail des enfants, objectif éthique sur lequel il est facile d'obtenir un accord général, fournit une bonne illustration. Les entreprises promotrices du label social et la communauté internationale sont-elles prêtes à prendre en charge l'éducation des enfants exclus du marché du travail et la compensation financière nécessaire pour garantir le niveau de vie de leurs familles ?²⁴. En l'absence de mesures d'accompagnement, l'application brutale de l'interdiction risque de repousser les enfants dans l'illégalité des ateliers clandestins où leur situation sera encore plus défavorable.

Les changements dans les sensibilités collectives sont à l'origine de contraintes dont les entreprises s'accommodent difficilement. Pour s'en affranchir, elles se sont engagées sur la voie d'une privatisation du bien commun à laquelle nous consacrons le second point

II.-La privatisation du bien commun.

« *Les grandes firmes se sont découvert récemment une vocation de missionnaires... Conquérir des marchés ne leur suffit plus : il leur faut s'approprier les territoires immatériels de l'âme, se substituer insensiblement à l'école, aux partis, aux spiritualités, dire le Bon et le Bien.* » (Pascal BRUCKNER)²⁵. L'affirmation ostentatoire de valeurs est une réponse à la forte demande de nouvelles règles de responsabilité sociale émanant de l'opinion publique²⁶. La clause sociale enveloppée des oripeaux séduisants et souvent leurrants de la communication publicitaire passe du statut de bien public à celui de marchandise. Nous évoquerons rapidement cette extension décisive de l'espace soumis aux règles de l'économie, avant de nous tourner vers sa conséquence naturelle, l'apparition d'un système juridique d'origine privée.

²³ Geneviève FERONE, « Vers une normalisation accrue du concept de responsabilité sociale : le rôle des bureaux d'analyses sociales sur les entreprises cotées. » *Entreprise et Ethique* N°10, avril 1999.

²⁴ Le travail juvénile est nécessaire à la survie de la population dans certaines régions du Tiers Monde. Laurence CAMEL, « Eliminer le travail des enfants : un pari à 760 milliards de dollars. » (*Le Monde*, 10 février 2004). Il s'agit d'un investissement cependant, mais freiné par sa rentabilité lointaine, dix à vingt ans.

²⁵ Pascal BRUCKNER, « *Misère de la prospérité.* » Grasset, 2002.

²⁶ Le puritanisme largement répandu chez de nombreux acteurs – notamment les partisans nord-américains du libéralisme et leurs adversaires des courants altermondialistes – n'est pas étranger à la transformation des préférences collectives.

1°.- Les analyses contemporaines de la société de consommation ont montré que la satisfaction des citoyens ne se construisait pas exclusivement dans le domaine de l'échange marchand. La production insuffisante de conscience morale appelle une régulation hors marché sous la forme, par exemple, de normes éthiques minimales. Une clause sociale multilatérale peut être considérée comme un bien public international. Elle améliore le bien-être des pays adhérents, mais également celui de la population mondiale

La labellisation fournit aux consommateurs l'information qui leur permettra de choisir entre des biens de qualité morale différente. L'opération entraîne des coûts de transaction²⁷ mis le plus souvent à la charge des entreprises des pays émergents. Les nations développées, grâce à leur législation sociale plus que centenaire, disposent d'un avantage évident dans la production de biens de haute qualité éthique. La certification sociale peut conduire à un déplacement de la demande en leur faveur au détriment des pays pauvres. La chute des ventes des produits de basse qualité morale peut provoquer une dégradation des termes de l'échange des pays en voie de développement, privés d'une partie de leurs débouchés à l'exportation. Les employeurs risquent fort de réagir par un durcissement supplémentaire des conditions de travail, en contradiction avec l'objectif initial. Une clause sociale qui entraînerait le coût du travail au-delà de la productivité potentielle du pays, aurait surtout comme conséquence l'aggravation du chômage et de la pauvreté

Il est difficile de transgresser les contraintes de l'économie. Les entreprises, maîtrisant mal les externalités, ont été tentées de postuler que l'éthique pouvait se construire dans l'ordre des échanges marchands. Le moyen utilisé est l'action directe sur la structure des préférences des agents pour leur faire adopter spontanément les comportements nécessaires à la réalisation des objectifs nouveaux. L'introduction des valeurs comme arguments dans la fonction d'utilité des consommateurs est un coup de force analytique qui consiste à rendre endogène la définition des fins de l'activité économique²⁸. Il y a là une extension décisive de l'économisme réduisant la morale à n'être plus qu'un outil de gestion²⁹.

L'achat éthique, expression du désir individuel, devient une contribution au bien-être de l'humanité³⁰. Le rapport aux biens moraux est pensé sur le même modèle que celui aux marchandises. Le citoyen est restreint à une fonction de consommation. L'ordre économique règne sur la société. Les biens moraux sont devenus des objets de convoitise, appropriables au moins de façon indirecte. Il n'est pas surprenant que leur production soit progressivement transférée à la sphère marchande.

2°.- Les pressions collectives se sont tout d'abord exercées sous la forme d'incitations (comme les prix de la qualité), puis d'un véritable système juridique privé plus ou moins contraignant. L'exemple le plus caractéristique est fourni par les normes comptables émanant de l'IASB (International Accounting Standards Board), organisme fondé par les

²⁷ Audit sociaux sur les sites de production, frais de fonctionnement de l'organisme certificateur, incertitude sur l'authenticité du label....

²⁸ Tardive synthèse de la « *Théorie des sentiments moraux* » et de « *La richesse des nations* » qu'Adam SMITH, titulaire d'une chaire de philosophie morale, n'aurait jamais osé imaginer.

²⁹ Cette transformation est clairement analysée par Anne SALMON, « *Ethique et ordre économique. Une entreprise de séduction.* » CNRS Editions, 2002.

³⁰ Il suffit qu'il porte sur telle lessive qui préserve l'environnement ou sur tel produit qui participe à une grande cause sociale. Le consommateur peut satisfaire son aspiration éthique sans trop d'engagement ni d'effort.

grands cabinets d'audit. La décision de l'Union Européenne d'intégrer les normes de l'IASB dans le droit communautaire est une véritable délégation de souveraineté à un organisme privé³¹. Elle confère à des personnes privées auto désignées une légitimité institutionnelle et leur accorde le droit de définir l'intérêt général.

La démarche a gagné le domaine social avec la norme SA 8000 (Social Accountability) rendue publique en 1997. Elle résulte d'un accord entre quelques grandes entreprises, associations à but non lucratif et cabinets d'audit. Elle s'appuie sur les conventions de l'Organisation Internationale du Travail, sur la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et sur la Convention des Nations Unies sur les Droits de l'Enfant. Son application repose sur une adhésion volontaire des entreprises et son respect sur l'autodiscipline³².

Ces normes sont promulguées de façon discrétionnaire par des ensembles dont la représentativité démocratique est très douteuse. La sincérité de leur mise en œuvre n'est garantie que par la qualité des cabinets de certification. La gestion des standards et des labels est pour eux un marché d'importance croissante. Les revenus qui y sont attachés peuvent troubler la rectitude de certains jugements³³. Le point faible des « codes privés » de ce genre est la difficulté du contrôle et le problème de la sanction juridique.

La première est liée à l'objet même de l'observation. Les objectifs sociaux sont multiples. Ainsi SA 8000 fait référence au travail des enfants, au travail forcé, à l'hygiène et à la sécurité, à la liberté syndicale, aux discriminations, aux pratiques disciplinaires, au temps de travail, aux rémunérations et même au système de management mis en place pour se conformer à la norme..., objectifs dont la conciliation et la cohérence ne sont pas évidentes. Il est difficile de les intégrer dans un domaine d'observation et d'action unique, sur le modèle d'un système comptable (privé ou national) unifié par l'utilisation d'une unité de mesure commune si imparfaite soit-elle. En matière sociale la quantification est souvent délicate. Elle relève de conventions, souvent instables, sur lesquelles il n'existe pas de consensus entre acteurs³⁴. La tendance est forte, de ce fait, de donner un contenu extensif aux standards, aux tables de la loi pour étendre leur champ d'application. Mais cela élargit l'éventail des conflits possibles et nous entraîne vers le problème de la sanction juridique.

.Faute d'intégration dans le droit national, la force contraignante des normes sociales est modeste. Les engagements moraux librement choisis sont une loi douce, très permissive. L'affichage ostensible des « bonnes pratiques » sert surtout à démontrer l'inutilité de toute régulation publique coercitive..

Sur le plan international il n'est pas facile non plus de faire respecter la discipline. Si des disparités dans l'application des clauses sociales débouchent sur un conflit

³¹ Christian HOARAU, « Les normes IAS/IFRS : enjeux et défis de l'harmonisation comptable internationale. » *La Revue du Financier* N°144, 2004.

³² Cette tentative de moralisation des relations sociales s'inscrit dans un courant d'opinion rigoriste porté par les Eglises et les ONG nord-américaines principalement. Un militantisme très voisin anime les promoteurs de la GRI (Global Reporting Initiative) dont les préoccupations sont plus environnementales. (Eric LOISELET, « GRI. Demain la transparence ? » *Alternatives Economiques* N°192, mai 2001).

³³ L'application des normes financières, depuis une dizaine d'années, fournit de nombreux exemples de dérives délictueuses.

³⁴ Bernard PERRET a présenté un intéressant rapport sur le sujet au Conseil de l'Emploi, des Revenus et de la Cohésion sociale (CERC) en janvier 2002. (« Indicateurs sociaux, état des lieux et perspective. »)

commercial, l'arbitrage sera laborieux. Les arguments juridiques sont fragiles³⁵ et les circonstances de fait équivoques. Elles n'ont pas de fondement scientifique reconnu, ce que l'on trouve déjà malaisément en matière sanitaire. Pour tenter de remédier, au moins partiellement, à cette situation la Commission de Droits de l'Homme des Nations Unies a en projet un texte plus interventionniste réglementant plus étroitement les vérifications et leur périodicité. Il devrait être adopté prochainement

Le message éthique délivré par les entreprises a eu jusqu'à maintenant une finalité économique. La morale est rentable. Elle est devenue un instrument de développement du pouvoir de marché et l'outil de création d'un consensus social en interne. Mais elle pourrait se transformer à terme en facteur de vulnérabilité. Les firmes sont désormais en position d'être désavouées par les instituts de notation qui orientent les choix des fonds d'investissement³⁶.

La certification sociale, pourvu qu'on lui découvre un cadre institutionnel approprié, peut contribuer à l'enrichissement du débat public, mais elle ne saurait suffire à la définition du bien commun³⁷. Ce dernier, nous le soulignerons pour conclure, n'est jamais le fruit d'un ordre spontané, mais un enjeu politique.

Conclusion

La culture marchande est caractérisée par la nécessité vitale pour chacun d'entretenir avec ses contemporains des relations commerciales. Elle s'est mondialisée sans que le marché global crée chez les acteurs un sentiment d'appartenance planétaire. Le marché ne parvient pas à régler la question de l'intérêt général et de sa construction.

La mondialisation brouille les frontières entre les nations mais aussi les limites entre le public et le privé, entre le marchand et le non marchand. Une nouvelle souveraineté économique se construit autour d'un état mondial privé, sans territoire³⁸. La disparité entre l'espace économique et l'espace politique rend difficile l'expression d'une volonté générale et la mise en œuvre d'une action publique efficace.

La cohésion de la société dépend des expériences historiques accumulées et de la qualité des lois et des institutions. Le marché n'interdit pas l'expression d'une volonté politique, mais la question reste posée d'une définition nouvelle des fondements de la domination légitime et de son espace d'application. De la solution dépend, non pas la fin de l'Histoire, mais le passage d'une culture marchande postulant l'unité des désirs humains à une civilisation cosmopolite fondée sur la diversité des aspirations au bonheur.

³⁵ Les contrevenants ne manqueront pas de s'abriter derrière le droit des peuples à choisir librement leur niveau de protection sociale.

³⁶ Michel ALBERT y voit un moyen d'accélérer la mutation des entreprises pour les rendre socialement responsables. (« Une nouvelle économie sociale de marché ? Quels modèles d'entreprise pour un développement durable. » *Futuribles* N°287, juin 2003.)

³⁷ Elle n'est pas exempte de tout caractère manipulateur, ce qui conduit certains observateurs à y voir un avatar de l'impérialisme.

³⁸ Ulrich BECK, « *Pouvoir et contrepuissance à l'ère de la mondialisation.* » Collection « Alto », Aubier 2003.