

# Rendre des comptes : Comment situer l'entreprise dans le discours démocratique?<sup>1</sup>

Pierre-Yves NÉRON\*

*Lex Electronica*, vol. 13 n°3 (Hiver / Winter 2009)

---

L'entreprise et le débat public .....	2
Quelles leçons pour la RSE? .....	11
Conclusion.....	13

Au cours des dernières années, on a beaucoup parlé au Québec des SLAPPs, acronyme désignant les *Strategic Lawsuits Against Public Participation*, qu'il convient d'appeler *poursuites stratégiques contre la mobilisation publique* ou encore *poursuites-bâillons*. Celles-ci sont habituellement définies comme les pratiques judiciaires de certaines organisations, entreprises ou autres, qui ont recours aux tribunaux afin de neutraliser ou museler des individus, des groupes sociaux ou des collectifs engagés dans la critique et la dénonciation publique de ses activités<sup>2</sup>. On en met en doute la légitimité et la pertinence, on interroge les intérêts et les motivations des organisations qui s'engagent dans telles poursuites, on s'inquiète de ses effets sur la liberté d'expression ainsi que ceux sur la participation publique des citoyens à l'activité démocratique.

Dans cet article, j'aimerais, m'inspirant de ces débats sur les poursuites-bâillons, proposer des pistes pour penser la façon dont les entreprises s'insèrent dans le débat démocratique. Je tenterai tout d'abord, dans la première partie, d'examiner différents modes de participation des entreprises aux débats publics en plus de tenter identifier les raisons proprement éthiques qui font en sorte que les poursuites-bâillons peuvent sembler problématiques ou condamnables. Finalement, dans la dernière partie, je tenterai de cerner quelques leçons que nous pouvons tirer de ces débats en ce qui concerne nos façons de penser et conceptualiser les responsabilités des entreprises.

---

<sup>1</sup> Le présent article fait suite à une conférence présentée au Colloque international *Responsabilité sociale des entreprises et environnement*. Université de Montréal, 27-28 octobre 2008.

\* Chercheur post-doctoral, Centre for Ethics, University of Toronto.

<sup>2</sup> Je reprends essentiellement la définition des auteurs du rapport *Les poursuites stratégiques contre la mobilisation publique – les poursuites-bâillons (SLAPPs) : Rapport du comité au ministre de la justice*, p.1. (ci-après *Rapport*)

## L'entreprise et le débat public

Bien sûr, il est crucial de noter que je m'intéresse principalement ici à un certain type de poursuites-bâillons. Certaines d'entre elles sont menées par des politiciens contre des adversaires ou encore par des gouvernements contre leurs propres citoyens. Le phénomène des poursuites-bâillons renvoie donc à des réalités complexes, bien au-delà de l'image de type « David contre Goliath »<sup>3</sup>. Il sera toutefois question dans cet article de cas dans lesquels ces poursuites sont entamées par des *entreprises*. La raison en est que ces débats sur les poursuites-bâillons posent évidemment des questions sur les relations complexes et l'équilibre à trouver entre la liberté d'expression des citoyens et le droit légitime à la protection de la réputation de l'entreprise. Mais ils soulèvent également, et de manière plus générale, des questions concernant les façons dont les entreprises devraient s'insérer dans les débats publics dans l'espace démocratique. Pring et Canan par exemple, dont les travaux novateurs ont contribué à décrire le phénomène des poursuites-bâillons, ont documenté ce qu'ils perçoivent comme les effets pervers de celles-ci sur la participation citoyenne au débat démocratique. De même, les auteurs du rapport *Les poursuites stratégiques contre la mobilisation publique – les poursuites-bâillons (SLAPPs) (ci-après Rapport)* soutiennent que celles-ci constituent une « véritable menace pour la participation des citoyens et des groupes au débat public » et qu'elles peuvent donc représenter à la fois une « menace pour la démocratie participative et un véritable risque de détournement des finalités de la justice »<sup>4</sup>. D'autres considèrent dans la même veine qu'elles conduisent au « musellement des communautés, groupes ou associations contestant, opposant ou questionnant les agissements d'un acteur privé ou public »<sup>5</sup> et qu'elles représentent des tentatives de « contournement des protections et libertés accordées aux citoyens de participer à la vie démocratique de leurs communautés »<sup>6</sup>.

Il s'agit donc de penser l'insertion de l'entreprise contemporaine dans des espaces publics et discursifs plus vastes que la simple sphère des activités marchandes, le tout en accord avec certains de nos idéaux libéraux démocratiques concernant le type de protection dont devrait jouir la parole des citoyens. Si les poursuites bâillons sont considérées comme problématiques ou regrettables, c'est que *d'autres modes* de participation aux débats publics semblent plus désirables ou souhaitables, en accord avec nos intuitions sur l'égalité démocratique. Il s'agit donc de se demander quelle devrait être l'attitude des entreprises vis-à-vis des acteurs de la société civile qui se mobilisent pour scruter à la loupe leurs activités? Comment devraient-elles réagir face à la critique sur la

---

<sup>3</sup> Voir évidemment l'étude classique de Penelope Canan et George Pring, *SLAPPs: Getting Sued for Speaking Out*, Temple University Press, 1996.

<sup>4</sup> Extraits tirés de *Les poursuites stratégiques contre la mobilisation publique – les poursuites-bâillons (SLAPPs) : Rapport du comité au ministre de la justice*, p.76. Les auteurs du rapport proposent une thèse normative assez près de celle de Donson qui parle des SLAPPs comme des « gifles » au visage de la démocratie. Donson, F. (2000). *Legal intimidation: A SLAPP in the face of democracy*. London: Free Association.

<sup>5</sup> Mémoire de l'Association québécoise de lutte contre la pollution atmosphérique (AQLPA), *Protéger le droit de participation du public*, présenté à l'Assemblée nationale du Québec, 2008, p.19.

<sup>6</sup> Ibid, p.21.

place publique? Quelles devraient être les responsabilités des entreprises dans leur rôle de participant au débat public?

Afin de tenter de répondre à ces questions et d'en saisir toute l'importance, il est essentiel d'avoir en tête la dynamique complexe du processus de reddition de comptes dans lequel sont engagées les entreprises. Celles-ci occupent désormais une place de choix au sein de « réseaux de revendications »<sup>7</sup> (*advocacy networks*) dans lesquels elles sont amenées à rendre des comptes aux instances gouvernementales, évidemment, mais aussi à une foule d'acteurs issues de la société civile. En plus de se soumettre à une batterie de lois et réglementations et de voir leurs succès et échecs documentés dans les médias, elles sont amenées à interagir avec ce que Ariel Colonomos nomme des « entrepreneurs moraux ». Colonomos désigne ainsi des groupes, souvent spécialisés, bien informés et documentés, qui font la promotion de certaines normes, d'un certain ordre moral dans la sphère économique, cherchant à récompenser ceux qui font preuve de « vertu » en s'approchant de cet ordre moral et à punir ceux qui s'éloignent<sup>8</sup>. Parmi ces « entrepreneurs moraux », on retrouve notamment les organisations non gouvernementales (ONG) et autres « nouveaux mouvements sociaux »<sup>9</sup>, mais aussi certains médias spécialisés, organisations syndicales et certains fonds d'investissement qui se chargent de détecter et documenter les pratiques douteuses ou répréhensibles d'une part, et celles jugées novatrices ou louables d'autre part. Dans ce que David Vogel nomme le « marché de la vertu », ces entrepreneurs moraux jouent donc un rôle clé de surveillance en usant habilement d'un message à double volet : la stigmatisation du « coupable » et l'éloge du « vertueux »<sup>10</sup>.

Ce type de mécanisme de reddition de comptes repose évidemment sur ce que l'on pourrait appeler « l'importance morale » de la réputation. Lorsque les lois et réglementations implantées par l'État sont insuffisantes ou incomplètes, l'une des formes les plus efficaces de reddition de comptes est *réputationnelle*<sup>11</sup>. Pour être efficaces et prospérer dans le marché, les entreprises doivent s'insérer dans des réseaux complexes de collaborations entre acteurs étatiques, supraétatiques et non étatiques où la réputation des différents acteurs joue un rôle clé. Qui plus est, si elles veulent compétitionner

---

<sup>7</sup> Voir à ce sujet les travaux précurseurs de Keck et Sikkink, *Advocacy Beyond Borders*, New York, Cornell University Press, 1998.

<sup>8</sup> Ariel Colonomos, « La morale de la croyance dans les profits de la vertu », *Revue Internationale de Sciences Sociales* 185, 2005; ainsi que Colonomos, *La morale dans les relations internationales : Rendre des Comptes*, Paris : Odile Jacob, 2005.

<sup>9</sup> Sur la notion de « mouvements sociaux », voir Corrine Gendron, « Les nouveaux mouvements sociaux économiques au cœur d'une nouvelle gouvernance », *Organisations et territoires*, no 1, 2006. Gendron, « Codes de conduite et nouveaux mouvements socioéconomiques : la constitution d'un nouvel ordre de régulation à l'ère de la mondialisation », *Revue Gestion*, HEC Montréal, no 2, 2006, p. 55-64.

<sup>10</sup> Colonomos, *La morale dans les relations internationales : Rendre des Comptes*, Paris : Odile Jacob, 2005. p.93.

<sup>11</sup> Voir à propos de « l'imputabilité réputationnelle » les travaux de Ruth Grant et Robert Keohane, « Accountability and Abuses of Power in World Politics », *American Political Science Review*, no1, 1999, 29-43.

efficacement avec leurs concurrents, elles ont intérêt à miser sur leur réputation. Si elles veulent accumuler et conserver ce capital de réputation, elles se doivent de se plier à certaines demandes, certaines exigences. Elles sont en somme amenées à rendre des comptes si elles veulent conserver leur capital de réputation.

Bien sûr, il est possible d'avoir une réaction plutôt sceptique à l'égard de tels mécanismes puisqu'après tout, il est question ici de convaincre les entreprises en misant principalement sur leur rationalité économique. Autrement dit, le message mis de l'avant ici est que l'adoption de pratiques responsables est « payante », ce qui en laissera insatisfait plus d'un. Cependant, « l'imputabilité réputationnelle », bien que plus faible que d'autres formes (électorale ou légale, par exemple) de reddition de comptes, est néanmoins considérable et utile pour comprendre la participation des entreprises, au-delà de la stricte sphère marchande, à des ensembles plus vastes de pratiques démocratiques. Cette participation peut évidemment prendre diverses formes. Les entreprises sont tout d'abord appelées à *négoier* leur place dans les communautés dans lesquelles s'insèrent leurs opérations. Elles doivent également faire face et réagir à la *contestation* de certains groupes, car les ONG et autres entrepreneurs moraux agissent en partie comme des vecteurs de dissidence à l'égard de certaines pratiques du monde des affaires. Dans le cas des poursuites-bâillons, les entreprises réagissent à cette contestation de façon radicale et somme toute assez brutale en court-circuitant la contestation exprimée dans la sphère publique. Enfin, les entreprises peuvent également s'engager dans un processus de *délibération* publique, d'échanges de raisons, de justifications sur la place publique<sup>12</sup>.

Si certains acteurs du milieu des affaires n'ont eu que des contacts très superficiels avec les ONG et autres entrepreneurs moraux, les plus grandes entreprises de la planète ne peuvent toutefois plus les ignorer. Au cours des 20 dernières années, plusieurs ONG ont adopté avec beaucoup de succès des stratégies de *contestation* qui consistent à « Nommer et susciter la honte » visant justement à stigmatiser les « coupables ». Il suffit de penser au cas de Nike qui a été l'objet de nombreuses critiques de la part d'importantes ONG, en particulier lors de sa fulgurante ascension pendant les années 90. Pensons également à Shell et BP, acteurs clés de l'industrie pétrolière, qui ont constamment eu à gérer les critiques parfois cinglantes provenant d'ONG environnementales. On ne compte plus les rapports, communiqués de presse et événements médiatiques visant à dénoncer leurs frasques environnementales. Mais les ONG et entrepreneurs moraux n'agissent pas que comme vecteurs de contestation et dissidence dans les réseaux de revendications<sup>13</sup>. Plusieurs d'entre eux ont adopté des stratégies plus axées sur la collaboration avec les entreprises et visant à aider certaines

---

<sup>12</sup> Je m'inspire ici du travail d'Andrew Kuper, *Democracy Beyond Borders : Justice and Representation in Global Institutions*, Oxford, Oxford University Press, 2004; « The UN Global Compact with Corporations », in Andreas Follesdal et Thomas Pogge (dir.), *Real World Justice: Principles, Human Rights and Social Institutions*, New York, Springer, 2005.

<sup>13</sup> Andrew Kuper, *Democracy Beyond Borders : Justice and Representation in Global Institutions*, Oxford, Oxford University Press, 2004., p. 107-110 et 179-190.

firmes à entrer dans le cercle des « vertueux »<sup>14</sup>. Pensons, par exemple, au cas de Starbucks et Conservation International qui ont élaboré en partenariat des politiques de RSE afin d'améliorer les relations entre les chaînes de cafés et leurs fournisseurs en grains de café, ou celui de l'effort de collaboration entre Global Witness et son implication avec des acteurs clés de l'industrie minière en Afrique subsaharienne (notamment De Beers)<sup>15</sup>. Nike travaille désormais avec plusieurs ONG d'importance afin d'améliorer les conditions de travail sur ses chaînes de fabrication, notamment en Indonésie.

Qu'un tel passage d'un mode d'interaction entre les entreprises et les ONGS plutôt centré sur la contestation (et la réaction défensive ou même « agressive » à celle-ci) à un mode d'interaction plutôt centré sur la *collaboration* à travers la délibération publique représente une possibilité ne devrait évidemment pas conduire à un excès d'enthousiasme. Il est possible que certaines entreprises entretiennent de telles relations sous un mode cynique ou que cela ne conduise pas à des changements réels dans leurs pratiques. Toutefois, lorsqu'une telle dynamique est à l'œuvre, elle risque de produire les « effets civilisateurs » de la délibération publique<sup>16</sup>. En réagissant aux critiques, parfois sévères, venant d'ONG ou autres groupes ou mouvements, les entreprises peuvent avoir une attitude plutôt défensive accompagnée d'un discours d'affaires assez classique, c'est-à-dire stratégique et centré sur la maximisation des profits. Elles peuvent aussi juger les critiques exagérées, les rejeter du revers de la main ou encore entamer des poursuites. Mais elles peuvent aussi développer peu à peu une attitude plus ouverte à la collaboration. Elles reconnaissent alors la légitimité de certains interlocuteurs issus de la société civile et développent un discours et des arguments différents qu'elles ne pourront rejeter aisément par la suite. Dans un tel processus de justification et de reddition de comptes, les entreprises se trouvent pour ainsi dire prises dans une « trappe argumentative »<sup>17</sup>. Elles ne peuvent plus se contenter de « faire des affaires », mais se trouvent engagées dans un processus de reddition de comptes dans lequel leurs dirigeants doivent, au nom de l'organisation, se justifier publiquement, fournir les raisons de leurs actions, échanger publiquement les pratiques les plus désirables et les changements à mettre en place, etc. C'est ce que Philippe Van Parijs décrit quant à lui comme les effets civilisateurs de *l'hypocrisie* : un acteur économique impliqué dans une telle délibération publique sera conduit à défendre des points de vue auxquels il ne croit peut-être pas

---

<sup>14</sup> Ce qui, selon David Henderson, consiste pour l'entreprise à « coucher avec l'ennemi ». Voir David Henderson, *Misguided Virtue : False Notions of Corporate Social Responsibility*, Wellington, New Zealand Business Roundtable, 2001.

<sup>15</sup> Andrew Kuper « The UN Global Compact with Corporations », in Andreas Follesdal et Thomas Pogge (dir.), *Real World Justice: Principles, Human Rights and Social Institutions*, New York, Springer, 2005.

<sup>16</sup> À ce sujet, voir Thomas Risse, « International Norms and Domestic Change : Arguing and Communicative Behavior in the Human Rights Area », *Politics and Society*, no.4, 1999.

<sup>17</sup> Voir Thomas Risse, « International Norms and Domestic Change : Arguing and Communicative Behavior in the Human Rights Area », *Politics and Society*, no.4, 1999.

vraiment, mais cela aura tout de même des effets bénéfiques puisqu'il sera tenu, par les autres participants à la délibération, d'ajuster ses pratiques en conséquence<sup>18</sup>.

Le résultat? La création d'un environnement normatif de plus en plus exigeant pour la conduite des affaires. Par « environnement normatif », j'entends l'ensemble des attentes, légitimes ou non, exagérées ou non, formulées par les individus, groupes et institutions gravitant autour des entreprises et concernant les formes que *devrait* prendre la conduite des affaires. Ce que fait ressortir l'importance des discours sur la RSE dans l'économie contemporaine, c'est que ces attentes sont de plus en plus élevées et proviennent d'une foule de sources différentes. À l'époque où elle dominait les activités économiques de l'Inde sous l'Empire britannique, la East India Company devait justifier son existence devant le Parlement britannique tous les 20 ans afin de conserver ses privilèges et son droit d'opérer<sup>19</sup>. Aujourd'hui, les grandes sociétés par actions ne doivent pas se présenter tous les 20 ans pour des auditions parlementaires, mais il n'en demeure pas moins que leur environnement normatif est très exigeant. Non seulement leurs activités sont plus régulées par l'action gouvernementale qu'à aucune autre époque, mais elles doivent constamment rendre des comptes à des acteurs externes, des gouvernements aux médias en passant par les ONG, et ce, sur une base beaucoup plus régulière que la East India Company à l'époque. C'est l'environnement normatif qui est à la fois beaucoup plus complexe et plus exigeant.

C'est afin de jeter un peu de lumière sur cette complexification du processus dans lequel les entreprises sont amenées à rendre des comptes qu'a été introduite la notion de *régulation civique*<sup>20</sup>. L'activité économique des entreprises est évidemment soumise aux contraintes imposées par l'appareil étatique. Elles ont à se soumettre à toute une gamme de lois et réglementations. Mais à cette régulation gouvernementale, au demeurant toujours imparfaite, vient s'ajouter une forme de régulation « civique ». Les ONG et autres entrepreneurs moraux, usant à bon escient de l'espace public et des configurations du « marché de la vertu », peuvent forcer les entreprises, en particulier celles avec une forte image de marque, à se plier à certaines exigences supplémentaires ou redéfinir certaines de leurs pratiques<sup>21</sup>. En fin de compte, ce processus de régulation civique vient contraindre encore plus les entreprises dans leurs activités économiques.

La littérature récente sur la responsabilité sociale des entreprises (RSE) montre d'ailleurs un souci croissant de penser de tels processus de reddition de comptes. L'utilisation maintenant abondante de la notion de « citoyenneté d'entreprise » semble

---

<sup>18</sup> Van Parijs, Philippe. « The Spotlight and the Microphone: Must Business be Socially Responsible, and Can it? », Chaire Hoover, DOC 92, [www.etes.ucl.ac.be](http://www.etes.ucl.ac.be), 2002.

<sup>19</sup> John Micklethwait, John et Adrian Wooldridge, *The Company: A Short History of a Revolutionary Idea*, New York, Modern Library, 2003.

<sup>20</sup> Voir à ce propos David Vogel, *The Market for Virtues : The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility*, Washington: Brooking Institution Press, 2005, ainsi que Zadek, Simon. *The Civil Corporation: The New Economy of Corporate Citizenship*, London, Earthscan, 2001.

<sup>21</sup> David Vogel, *The Market for Virtues : The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility*, Washington: Brooking Institution Press, 2005.

témoigner d'un tel souci<sup>22</sup>. Nombreux sont ceux qui croient que cette notion peut être utile pour penser les rôles et responsabilités des entreprises face aux défis contemporains. Bien sûr, les entreprises ne sont évidemment pas des « citoyens » au sens fort et complet du terme. Mais l'utilisation du vocabulaire de la citoyenneté peut néanmoins s'avérer utile comme « métaphore » pour mettre en lumière certaines pratiques des entreprises et les configurations *politiques* de leurs activités<sup>23</sup>. Étant donné les connotations éminemment politiques de la notion de citoyenneté, la métaphore de la citoyenneté d'entreprise peut être utile pour attirer notre attention sur l'appartenance et l'insertion de l'entreprise au sein de communautés politiques ou encore sur un certain nombre de relations politiques qu'elles entretiennent avec les acteurs clés de la régulation gouvernementale et civique. Comme le soutiennent Crane, Matten et Moon, elle permet en somme de mettre en lumière le caractère *politiquement situé* de l'entreprise<sup>24</sup>.

La métaphore de la citoyenneté d'entreprise peut toutefois s'avérer trompeuse en donnant l'impression que les entreprises participent aux débats publics comme « citoyens » parmi tant d'autres. Si elles participent à la délibération publique, en s'insérant dans des réseaux complexes de revendications et dans un processus complexe de reddition de comptes avec différents acteurs de nos sociétés, les entreprises n'en demeurent pas moins des acteurs d'un type bien particulier. L'utilisation du langage de la citoyenneté ne devrait pas nous empêcher de caractériser et *différencier* les différents acteurs et institutions de nos sociétés selon leurs *rôles* et *fonctions*. Le fait que les entreprises assument certaines tâches bien précises au sein de la complexe division institutionnelle du travail qui caractérise nos sociétés devrait avoir un impact sur notre façon de penser leurs rôles et responsabilités et les demandes qui peuvent légitimement adressées. Cela est aussi important dans notre façon de penser les contours et limites de la critique acceptable à leur égard. C'est ce que notent avec raison les auteurs du *Rapport* lorsqu'ils affirment que les grandes entreprises « *s'exposent inévitablement et sciemment à un examen attentif de leurs actes et, de même que les hommes et femmes d'affaires qui les dirigent, les limites de la critique admissibles sont plus larges en ce qui les concerne* »<sup>25</sup>. Ce que font ressortir ici les auteurs du *Rapport*, c'est qu'il n'est pas très éclairant de tenter de penser les contours et limites acceptables de la critique publique de manière abstraite sans situer les différents acteurs dans le rôle qu'ils occupent. C'est en

---

<sup>22</sup> Il s'agit de ma traduction de l'expression anglaise "corporate citizenship"

<sup>23</sup> Pour les récents débats sur la notion de citoyenneté d'entreprise, voir Pierre-Yves Néron et Wayne Norman, « Citizenship Inc.: Do We Really Want Corporations to be Good Citizens », *Business Ethics Quarterly* 18, 2008, Néron et Norman. « Corporations as Citizens: Political not Metaphorical – A Reply to Critics », *Business Ethics Quarterly*, vol.18, 2008 voir aussi Andrew Crane, Dirk Matten and Jeremy Moon. *Corporations and Citizenship*, Cambridge, Cambridge University Press, 2008. Les premiers défenseurs de la notion de citoyenneté d'entreprise utilisaient celle-ci comme un synonyme de la notion de RSE. Les travaux récents montrent un désir d'utiliser le vocabulaire de la citoyenneté pour penser l'entreprise comme « acteur politique ». Une analyse poussée de la littérature sur le sujet ne cadre évidemment pas dans les objectifs poursuivis dans le cadre de cet article.

<sup>24</sup> Voir Andrew Crane, Dirk Matten and Jeremy Moon. *Corporations and Citizenship*, Cambridge, Cambridge University Press, 2008.

<sup>25</sup> *Rapport*, p.14.

fait en raison du *rôle* et des *fonctions* qu'ils occupent que certains acteurs se soumettent à la critique et un examen attentif de leurs activités. C'est le cas des entreprises étant donné le rôle clé qu'elles jouent dans la production des biens et services et leur impact sur la distribution des ressources économiques dans nos sociétés. *Étant donné ces fonctions et rôles clés*, elles doivent s'attendre à ce que leurs pratiques soient continuellement scrutées à la loupe, elles doivent s'attendre à faire face à la critique.

Il est à noter que pour comprendre leur insertion dans des pratiques démocratiques et le type de demandes qui peuvent être faites aux entreprises, il importe de noter la nature particulière du discours des entreprises. Celui-ci ne peut être pensé de la même façon que le discours politique de citoyens ou autres groupes. Évidemment, on peut penser que les entreprises peuvent légitimement intervenir sur la scène publique, notamment en ce qui concerne les lois et régulations qui encadreront leur propre industrie. Elles le font régulièrement à titre d'entreprises individuelles ou comme membres d'associations industrielles. Toutefois, étant donné leur statut d'acteurs œuvrant au sein d'un type bien particulier d'interactions (celles se produisant au sein des marchés), le discours des entreprises est compris comme étant principalement de nature *commerciale* et non pas comme étant principalement de nature *politique*. La différence est cruciale. Un discours de nature commerciale en est un qui a pour objectif la recherche du profit et vise à fournir des informations pertinentes aux consommateurs. Le discours de type commercial n'a donc pas pour objectif de promouvoir certaines causes sociales ou politiques. Qui plus est, contrairement au discours de nature politique, qui est protégé par la liberté d'expression, le discours commercial jouit d'une moins grande protection et doit se soumettre à des standards plus élevés de transparence et véracité.

En considérant ces dimensions propres au discours commercial, on peut voir que nos attentes légales et morales envers les entreprises dans leur participation au débat public sont somme toute assez élevées. Évidemment, les frontières entre le discours commercial et le discours politique d'une entreprise sont parfois floues, comme l'a montré le cas *Kasky c. Nike* aux États-Unis. Dans ce qui est devenu le « cas Kasky », l'activiste Mike Kasky a soutenu devant les tribunaux californiens que Nike avait fait des déclarations trompeuses, dans des lettres publiques et communiqués de presse, concernant les conditions de travail de certaines de ses usines au Vietnam<sup>26</sup>. La réponse de Nike consista à affirmer qu'il ne s'agissait pas de documents de nature commerciale puisqu'en réagissant de la sorte aux critiques, elle s'insérait tout simplement dans un débat politique plus vaste. En d'autres mots, Nike arguait que son discours n'était pas commercial, mais bien politique et jouissait donc de la protection fournie par la liberté d'expression.

Une analyse détaillée des enjeux soulevés par *Kasky* n'est évidemment pas l'objectif principal de cet article. Cependant, la distinction entre le discours commercial

---

<sup>26</sup> Voir à ce sujet, Stoll, Mary Lyn. « Corporate Right to Free Speech? », *Journal of Business Ethics*, vol. 58, 2005. Don Mayer. « Kasky v. Nike: The Quarrelsome Question of Corporate Free Speech », *Business Ethics Quarterly*, Vol. 17, 2007. Jeffrey Nesteruk « Corporate Speech as Commercial Speech: A Response to Mayer's *Nike v. Kasky* Analysis », *Business Ethics Quarterly*, Vol. 17, 2007.



et politique est utile pour montrer le type d'attentes que nous pouvons légitimement avoir à l'égard des entreprises dans leur conduite publique. Le discours des entreprises étant en partie *commercial*, elles doivent satisfaire des exigences élevées de transparence et de véracité. Les limites de la critique admissible à l'égard des discours qu'elles tiennent sont donc plus larges.

Évidemment, il est possible de considérer qu'une partie du discours des entreprises n'est pas commercial, mais bien politique. C'est d'ailleurs ce que soutenait Nike en soutenant que les récriminations de Kasky adressées à son endroit ainsi que la validité de sa réplique devraient être débattues sur la scène publique et non dans l'arène juridique. Dans un tel public, Nike soutenait que son discours devait être considéré comme politique et donc protégé par la liberté d'expression comme celui de tout autre citoyen. Décrit de la sorte, le discours politique des entreprises suscite d'ailleurs un certain nombre de craintes. Étant donné les ressources financières et organisationnelles dont elles jouissent, l'implication active des entreprises dans le débat démocratique risque contribuer à l'exacerbation des inégalités politiques. C'est là un aspect intéressant de la complexification du processus de reddition de comptes dans lequel s'insèrent les entreprises. Il semble y avoir une tension entre, d'un côté, notre désir de voir les entreprises, au-delà de la réalisation de leur mission économique, s'insérer dans des espaces démocratiques de débats publics et d'échanges de raisons, et d'un autre côté, nos craintes de voir l'implication active des entreprises dans la sphère publique accentuer les inégalités politiques.

Les critiques des poursuites-bâillons sont sensibles à ces craintes lorsqu'ils soutiennent que les poursuites-bâillons menacent les conditions d'une saine démocratie. Il y a évidemment plusieurs façons de comprendre et développer cet argument. Les poursuites bâillons peuvent évidemment avoir des effets néfastes sur les pratiques démocratiques de multiples façons. Elles peuvent évidemment court-circuiter le débat public en le transposant dans l'arène juridique tout en envoyant un message teinté d'intimidation aux critiques des entreprises<sup>27</sup>. Elles risquent de priver les citoyens de leur droit de participation aux affaires publiques et de leur liberté d'expression<sup>28</sup>. Ce qui pose problème avec ces pratiques est donc qu'elles peuvent priver certains citoyens de conditions juridiques essentielles à l'égalité démocratique. Cela est important, pour deux raisons. Premièrement, il s'agit d'un argument somme tout nouveau pour protéger la liberté d'expression et l'égalité politique. La menace n'est pas ici l'État, mais l'entreprise. Il est essentiel de bien en percevoir la nouveauté. Deuxièmement, cet argument diffère de la façon dont sont exprimées nos craintes par rapport à une forte implication des entreprises sur la scène politique, qui sont habituellement exprimées par un désir de protéger la souveraineté populaire. Celle-ci demande que les citoyens soient « en charge » dans une communauté politique pour que celle-ci soit considérée comme démocratique. Si les entreprises sont trop présentes sur la scène politique, alors les

---

<sup>27</sup> *Rapport*, p.10.

<sup>28</sup> *Rapport*, p.10-15

citoyens ne sont plus « en charge ». Ce qui est avancé ici semble être que de telles poursuites peuvent être une entrave à l'égalité politique des citoyens, puisque les libertés politiques égales de tous les citoyens perdent une partie de leur valeur lorsque « ceux qui possèdent de plus grands moyens privés ont le droit d'utiliser leurs avantages pour contrôler le cours du débat public »<sup>29</sup>.

Il ne s'agit toutefois pas de la seule façon dont de telles pratiques nuisent aux conditions d'une saine démocratie. Il est à noter que plusieurs critiques ont reproché aux entreprises de ne pas favoriser un véritable débat démocratique<sup>30</sup>. Évidemment, les poursuites-bâillons ont pour effet de miner le « véritable » débat public puisqu'elles court-circuitent celui-ci. Toutefois, ce dont il est question ici n'est pas nécessairement l'impact de telles pratiques sur l'égalité démocratique, mais leurs effets sur la qualité du débat public. L'argument dont il est question ici peut être décrit comme étant de nature épistémique, puisqu'il porte non pas sur le respect du statut de membres égaux et à part entière des citoyens d'une communauté démocratique, mais sur la qualité de ces débats. Nous ne voulons que simplement avoir des débats publics, nous voulons que ceux-ci soient de qualité, qu'ils reposent sur la délibération et l'échange d'idées et d'arguments, qu'ils favorisent la diffusion d'une pluralité de points de vue et d'informations, contribuant ainsi à une meilleure prise de décisions.

Ce que cela fait ressortir, c'est que la plupart des critiques des poursuites-bâillons et de certaines autres activités politiques des entreprises semblent présupposer la supériorité de modes d'interaction délibératifs entre les entreprises et les acteurs de la société civile. Ils affirment implicitement la primauté des modes délibératifs d'interactions dans la sphère publique sur d'autres modes. Autrement dit, lorsqu'ils déplorent de telles pratiques de la part des entreprises, qui « court-circuitent le débat public » et « menace les conditions d'une démocratie participative », c'est qu'ils préféreraient voir les entreprises interagir avec les autres acteurs de la scène publique sous un mode délibératif, axé sur l'échange de raisons et justifications, plutôt que de les voir interagir sous un mode plutôt agressif ou même comminatoire aux stratégies de contestations de leurs activités<sup>31</sup>.

---

<sup>29</sup> John Rawls, *Libéralisme politique*, Paris, PUF, 1997 (1997), p. 262. Voir Ronald Dworkin Dworkin, Ronald. *Sovereign Virtue: The Theory and Practice of Equality*, Cambridge, Harvard University Press, 2002.

<sup>30</sup> Voir les critiques adressées à Barrick Gold par intellectuels ayant signé la lettre « Le discours Orwellien de Barrick Gold », *Le Devoir*, 29 septembre 2008.

<sup>31</sup> Évidemment, il y a de nombreux débats sur la démocratie de type « délibérative ». Une analyse détaillée de la littérature sur le sujet n'est pas un objectif réaliste dans le cadre de cet article. Voir Kuper pour une bonne analyse critique. *Democracy Beyond Borders : Justice and Representation in Global Institutions*, Oxford, Oxford University Press, 2004

## Quelles leçons pour la RSE?

Dans la première partie de cet article, j'ai principalement tenté de montrer que le cas des poursuites-bâillons posait des questions fondamentales sur les modes de participation des entreprises au débat public. Quelle devrait être l'attitude des entreprises vis-à-vis des « nouveaux mouvements sociaux » qui se mobilisent pour scruter à la loupe leurs activités? Comment devraient-elles réagir face à la critique sur la place? Quelles devraient être les responsabilités des entreprises dans leur rôle de participant au débat public?

Dans la dernière partie de cet article, j'aimerais faire quelques remarques sur la façon dont les réponses que nous donnerons à ces questions devraient également nous renseigner sur les façons dont nous devrions conceptualiser et penser les responsabilités des entreprises, notamment sur la notion de « responsabilité sociale des entreprises » (RSE). Qu'est-ce que la conduite d'entreprises dans de telles situations nous dit sur la RSE? En quoi les discours sur la RSE peuvent-ils être utiles pour penser la conduite des entreprises dans les débats publics?

À première vue, il semble assez aisé de donner une réponse simple : De telles pratiques sont aux antipodes de l'idée que nous nous faisons de la RSE. Rappelons que les auteurs du *Rapport* se font assez clairs sur ce qui selon eux pose problème avec les poursuites-bâillons. Ils soutiennent que celles-ci constituent une « véritable menace pour la participation des citoyens et des groupes au débat public » et qu'elles peuvent donc représenter à la fois une « menace pour la démocratie participative et un véritable risque de détournement des finalités de la justice »<sup>32</sup>. De ce point de vue, les pratiques d'entreprises qui réagissent à la critique en s'engageant dans de telles poursuites semblent en effet opposées aux demandes que peuvent légitimement formuler les membres d'une communauté démocratique à l'égard de ses entreprises et de la communauté des affaires.

Bien sûr, il y a plusieurs façons de comprendre l'idée de RSE, qui renvoie à des discours et réalités complexes. Cependant, celle-ci est généralement invoquée pour référer à l'ensemble des pratiques des entreprises qui consiste à aller au-delà du respect des lois et régulations en vigueur dans la production de biens et services. Comme le notent Buchholz et Rosenthal, « *there are many definitions of social responsibility but, in general, it means that a private corporation has responsibilities to society that go beyond the production of goods and services at profit.* »<sup>33</sup> Paul Portney a également su capter l'importance accordée aux comportements qui vont au-delà des exigences du cadre de régulation gouvernementale en caractérisant la RSE « *as a consistent pattern, at the very*

---

<sup>32</sup> Extraits tirés de *Les poursuites stratégiques contre la mobilisation publique – les poursuites-bâillons (SLAPPs) : Rapport du comité au ministre de la justice*, p.76. Les auteurs du rapport proposent une thèse normative assez près de celle de Donson qui parle des SLAPPs comme des « gifles » au visage de la démocratie. Donson, F. (2000). *Legal intimidation: A SLAPP in the face of democracy*. London: Free Association.

<sup>33</sup> Rogene Buchholz et Sandra Rosenthal, « Social Responsibility and Business Ethics », in R. Frederick (dir.), *A Companion to Business Ethics*, Blackwell, 2002, p.303.

*least, of private firms doing more than they are required to do under applicable laws and regulations governing the environment, worker safety and health, and investments in the communities in which they operate.* »<sup>34</sup> Bon nombre de partisans de la RSE insistent donc sur la nécessité, de la part des entreprises, d'en « faire plus » dans la résolution de problèmes sociaux et environnementaux, de hausser leurs standards « au-delà » de ceux exigés par la simple conformité aux lois et réglementations en vigueur.

Rappelons ici que les auteurs du *Rapport*, comme plusieurs, considèrent que les poursuites-bâillons de la part d'entreprises constituent une menace aux conditions d'une saine démocratie participative ou encore qu'elles représentent une déplorable instrumentalisation de l'institution de la justice. Or les façons dont les acteurs économiques que comme les entreprises peuvent avoir un impact sur l'activité démocratique, le processus de construction des politiques publiques et l'institution de la justice ne sont pas toujours très bien thématiques par le discours de la RSE<sup>35</sup>. Le message n'est pas ici d'en faire « plus », d'aller « au-delà » de la régulation en « redonnant » aux communautés. Ce qui nous concerne ici est la façon dont l'entreprise gère ses relations avec les principaux acteurs de son cadre régulateur et comment elle s'insère de manière plus générale dans le processus démocratique de débats publics et de constructions de politiques publiques.

Lorsqu'on y regarde de plus près, ces modes d'interaction entre l'entreprise et d'autres acteurs politiques devraient compter parmi les plus importants dans notre façon de juger, évaluer, critiquer ou saluer le travail des entreprises<sup>36</sup>. Elles sont en fait probablement plus significatives que bon nombre d'initiatives mises en exergue par les discours sur la responsabilité sociale, car elles concernent l'ensemble du cadre démocratique et politique qui devrait encadrer les activités économiques. Pour le dire grossièrement, une entreprise pourra mettre en place un ensemble de pratiques novatrices pour améliorer sa performance sociale ou environnementale au-delà de ce qui est exigé par les lois et réglementations, mais l'impact politique qu'elle peut avoir sur les conditions du débat démocratique et le processus de construction et révision des politiques publiques (donc sur le processus de construction de son environnement normatif) sera lui aussi hautement significatif. On pourrait même soutenir, comme le fait David Vogel, qu'il s'agit là de la dimension la plus importante de sa « responsabilité sociale »<sup>37</sup>.

---

<sup>34</sup> Paul Portney Portney, Paul. « Corporate Social Responsibility : An Economic and Public Policy Perspective », in Bruce Lay, Robert Stavins et Richard Vietor (dir.), *Environmental Protection and the Social Responsibility of Firms*, Washington, Resources for the Future, 2005, p. 108.

<sup>35</sup> Comme le note Vogel *The Market for Virtues : The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility*, Washington: Brooking Institution Press, 2005, en particulier au ch. 7.

<sup>36</sup> À ce sujet, voir David Vogel, *The Market for Virtues : The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility*, Washington: Brooking Institution Press, 2005; Pierre-Yves Néron et Wayne Norman, « Citizenship Inc.: Do We Really Want Corporations to be Good Citizens », *Business Ethics Quarterly* 18, 2008.

<sup>37</sup> Vogel *The Market for Virtues : The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility*, Washington: Brooking Institution Press, 2005

Il n'est pas question ici d'affirmer qu'il y aurait une opposition entre deux modèles mutuellement exclusifs pour comprendre les responsabilités d'entreprises ou encore qu'il y aurait une nécessité de dépasser le discours de la RSE. Je soutiens plutôt deux choses. Premièrement, certaines des activités ou relations mises en lumière par les activités des entreprises comme acteurs politiques (tel son impact sur le débat public) ne sont pas toujours bien thématiques par les discours de la RSE. Deuxièmement, plutôt que de tenter de construire un modèle uniforme qui engloberait toute la gamme des activités à ranger sous la catégorie de « responsabilité sociale », nous devrions reconnaître la pluralité et le caractère diversifié de nos attentes morales à l'égard des entreprises. Lorsque nous considérons déplorable l'instrumentalisation du processus de la justice par les entreprises, ou encore les effets de certaines de leurs pratiques sur les débats publics nos attentes morales sont différentes que lorsque nous déplorons l'échec d'une entreprise à « en faire plus », en « redonnant à la communauté ». Dans le second cas, nous demandons aux entreprises d'en faire un peu plus que le simple respect des « règles du jeu ». Dans le premier, nous demandons aux entreprises de ne pas compromettre l'intégrité de ces règles du jeu, d'afficher un certain respect pour ces règles ainsi que les processus démocratiques visant à les réviser, interpréter et appliquer.

## **Conclusion**

Dans cet article, j'ai tenté de montrer de quelles façons le phénomène des poursuites-bâillons soulève des questions fondamentales sur les diverses façons dont les entreprises s'insèrent, au-delà de la sphère marchande, dans des espaces démocratiques plus vastes, les façons dont elles peuvent et doivent formuler leur discours et justifier leurs pratiques et « rendre des comptes », les manières dont elles peuvent et doivent réagir aux critiques qui leur sont adressées, etc. J'ai tenté de fournir certaines pistes pour tenter de répondre à ces questions sur l'insertion de l'entreprise dans le débat démocratique. En fin de compte, j'espère au moins avoir montré qu'il devrait s'agir d'une dimension importante de l'idée que nous nous faisons d'une « entreprise socialement responsable ».