

Dialogisme et figures de l'autre dans les rapports sur la « Responsabilité sociétale des entreprises » : exploration discursive et sémiotique

Andrea Catellani

Université Catholique de Louvain, Laboratoire d'analyse des systèmes de communication des organisations (LASCO)
andrea.catellani@uclouvain.be

Amaia Errecart

Université Paris 13-Sorbonne Paris Cité, Laboratoire des Sciences de l'information et de la communication (LabSIC)
amaia.errecart@free.fr

Cet article présente une approche discursive et sémiotique de rapports dédiés à la « responsabilité sociétale des entreprises » produits par trois grandes entreprises françaises. Notre analyse se focalise sur la mise en discours et en récit des différentes « parties prenantes » externes de ces entreprises et sur l'exploration des formes verbales et visuelles prises par la figure de l'« autre » dans ces productions communicationnelles.

: analyse de discours, sémiotique, responsabilité, entreprises, société, autrui.

This article presents a discursive and semiotic approach to reports dedicated to corporate social responsibility produced by three major French companies. Our analysis focuses on how the various external "stakeholders" of these companies are represented in discourse and narratives. It focuses also on the exploration of the verbal and visual forms taken by the figure of the "other" in these communication productions.

: discourse analysis, semiotics, corporate social responsibility, stakeholders, figure of the other.

En este artículo se presenta un enfoque discursivo y semiótico de informes dedicados a la "responsabilidad social empresarial" producido por tres grandes empresas francesas. Nuestro análisis se centra en la presencia en los discursos de los diferentes actores "externos". También se centra en la exploración de formas verbales y visuales tomadas por la figura del "otro" en estas producciones comunicacionales

: análisis del discurso, semiótica, responsabilidad social empresarial, grupos de interés, figura del otro.

Cet article présente une analyse qualitative des rapports dédiés à la « responsabilité sociétale des entreprises » (RSE) de quelques grandes entreprises françaises, pour en identifier des tendances rhétoriques de mise en scène des « parties prenantes » externes, tant sur le plan du discours verbal que sur celui de l'image visuelle. Cette analyse se focalise donc sur la mise en discours et

en récit des différents acteurs qui sont « porteurs d'enjeux » (*stakeholders*) et qui sont en interaction, actuelle ou potentielle, avec les entreprises (clients, partenaires, représentants d'associations, autorités publiques, journalistes, experts, etc.). La rhétorique de la conversation et des relations mutuelles (*two-way symmetric*, voir Grunig, 2008) avec les parties prenantes est très présente, depuis plusieurs années, dans le discours des entreprises, notamment sur la RSE. Nous voulons donc vérifier si et comment cette rhétorique se manifeste concrètement, dans les discours et les images de quelques rapports RSE et analyser les formes prises par la figure de l'« autre » dans ces productions communicationnelles.

Notre approche sera double : discursive et sémiotique. L'analyse du discours constitue une approche « qui se confronte nécessairement à la façon dont le locuteur, dans son discours, construit une identité, se positionne dans l'espace social et cherche à agir sur l'autre » (Amossy, 2010, p. 9). Elle est mobilisée afin d'appréhender la dimension argumentative et rhétorique de ces rapports, qui visent à produire de la légitimité, en même temps qu'à effacer la conflictualité (Krieg-Planque et Oger, 2010, p. 94). L'analyse sémiotique se basera, elle, sur les apports de la tradition post-structuraliste, pour analyser les dispositifs multimodaux présents dans les rapports. Le corpus inclut les deux dernières éditions de rapports RSE de trois organisations marchandes françaises de premier plan : Lafarge (matériaux de construction), BNP Paribas (bancassurance), et Total (pétrochimie).

Ce texte sera organisé en deux grandes parties. Nous présenterons dans un premier temps la problématique de l'étude, l'émergence et les contours du domaine discursif de la RSE, pour ensuite introduire les approches méthodologiques choisies et les entreprises concernées. Dans un second temps, nous exposerons les résultats de notre analyse des formes de la présence de l'« autre » dans les discours.

La « responsabilité sociétale des entreprises » comme domaine discursif

La notion de « responsabilité sociétale de l'entreprise » est largement présente aujourd'hui dans les prises de parole des acteurs économiques : elle constitue un aspect central de l'importance de la dimension éthique pour les organisations, notamment marchandes (Mercier, 2014 ; Huët, 2012). Cette section sera dédiée à proposer une courte histoire de cette notion et de l'apparition de l'objet communicationnel qu'est le « rapport RSE », afin d'appréhender la dimension plus spécifique qui nous intéresse ici, celle de la mise en scène discursive des relations avec les « parties prenantes » des entreprises.

La RSE et ses écrits : entre monologue et relation

La thématique de la « responsabilité sociétale d'entreprise » fait l'objet d'une importante publicisation dans le champ professionnel français – et européen – depuis les années 1990. Cette notion est récente, mais se base sur une préoccupation plus ancienne concernant les conséquences des activités économiques, dont le paternalisme a constitué une première forme moderne (Le Goff, 1993 ; Ballet et Bry, 2001). La notion de *Corporate Social Responsibility* a été forgée par des auteurs américains dans les années 1950 à partir de considérations éthiques et religieuses. Elle a été suivie à partir des années 1970 de celle d'« entreprise citoyenne », à travers laquelle de grandes multinationales, « entreprises sans cité », s'efforcent de montrer leur engagement sociétal (D'Almeida, 1996).


La notion de « responsabilité sociétale d'entreprise »¹ s'impose ensuite, pour éviter les ambiguïtés de la notion de « citoyenneté d'entreprise », et déclenche la production de discours de justification et valorisation, des « déclarations déontologiques » (Renouard, 2009). Se traduisant par un « renouvellement des ressources argumentatives » des entreprises (Huët, 2012, p. 30), le discours sur la responsabilité contribuerait à valoriser l'entreprise en sublimant la dimension compétitive de l'action marchande : la compétition devient tension à être « les plus responsables ».

C'est dans ce contexte d'institutionnalisation des notions de responsabilité et de transparence qu'émergent de nouvelles formes de *reporting* managérial et notamment les premiers « rapports RSE ». À l'instar d'autres supports relevant de la communication institutionnelle des entreprises, ces rapports vont s'attacher à « développer un message autour de l'entreprise, à promouvoir une image spécifique, des formes de perception et de connaissance que toute partie prenante peut avoir de celle-ci » (Garric, Léglise et Point, 2007, p. 15). En ce sens, le rapport RSE possède résolument une double visée, descriptive et prescriptive, dans la mesure où il entend promouvoir et généraliser l'adoption d'un certain nombre de « bonnes pratiques », à l'instar des *best practices* anglo-saxonnes axées à la fois sur des critères d'ordre éthique et sur l'efficacité de la pratique.

Soulignons en outre que la communication sur la RSE est un domaine régi par des normes étatiques, notamment en France², et par d'autres formes de normativité non étatique non obligatoires, comme les standards de *reporting* de la *Global Reporting Initiative* (GRI), adoptés

1 Michel Capron et Françoise Quairel-Lanoizelée (2007, p. 16) définissent la RSE comme constituant « les modalités de réponse de l'entreprise [...] aux interpellations sociétales en produisant des stratégies, des dispositifs de management, de conduite de changement et des méthodes de pilotage, de contrôle, d'évaluation et de reddition incorporant (du moins en principe) de nouvelles conceptions de performances ».

2 Loi n° 2001-420 relative aux nouvelles régulations économiques (dite « loi NRE ») ; loi n° 2009-967 du 3 août 2009 de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement (dite « loi Grenelle I ») ; loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite « loi Grenelle II »).

par la très grande majorité des grandes entreprises au niveau mondial. Les rapports RSE forment donc un (relativement) nouveau (sous-)genre  littérature d'entreprise, particulièrement riche en informations sur les évolutions et les tendances du discours marchand. Depuis plusieurs années, ces discours sont analysés de façon scientifique, en incluant notamment l'analyse du discours, la linguistique et la sémiotique³.

Notre contribution vise à focaliser l'attention sur la mise en scène discursive, verbale et iconique, des acteurs, individus et organisations, qui sont « parties prenantes » externes de l'entreprise énonciatrice⁴. Rappelons que la théorie des parties prenantes (*Stakeholder Theory*), qui tire son origine des études en gestion (Freeman, 1984), identifie, selon la norme internationale ISO 26000, tout « individu ou groupe ayant un intérêt dans les décisions ou activités d'une organisation »⁵. Notre objectif est ici d'analyser un aspect particulier des rapports RSE, celui qui concerne les acteurs externes et les rôles qui leur sont attribués, y compris leur éventuelle prise de parole et leur implication dans le dispositif énonciatif du rapport.

Aborder les discours sur les rapports RSE : l'analyse des textualités verbo-visuelles

Cette question de recherche demande alors quelques précisions méthodologiques et épistémologiques. Notre analyse se base sur la vision des entreprises comme « des “machines sémiotiques” à cause de leur incessante production de sens et de textualités, à l'intérieur comme vers l'extérieur » (Catellani et Versel, 2011, p. 7). Pour analyser ces productions de sens, nous combinons le regard de l'analyse du discours et celui de la sémiotique.

L'analyse de discours, et plus spécifiquement l'école française d'analyse du discours à laquelle nous nous référons, est sollicitée en vertu de « l'ambition critique qui l'anime depuis ses débuts » et parce qu'elle vise à « rendre compte à la fois des mutations de la communication et de la permanence d'enjeux symboliques » (Krieg-Planque et Oger, 2010, p. 95). Dans cette perspective, relevant de l'approche pragmatique, les discours sont de véritables faits de communication, des objets de transaction symbolique entre acteurs, dont l'analyse va chercher à faire émerger les stratégies énonciatives et argumentatives sous-jacentes. Nous recourrons notamment à la notion de genre discursif, entendu comme « institution de parole, dispositif de communication socio-historiquement déterminé » (Maingueneau, 2014, p. 64 ; voir aussi

3 Voir par exemple Garric, L'église et Point, 2007 ; Igalens, 2007, Catellani, 2011 et 2015 ; Errecart, 2011 et 2013. En anglais : L'Etang, 2006, p. 405 *sqq.* ; Banerjee, 2008 ; Ocler, 2009 ; Archel *et al.*, 2011 ; Ihlen *et al.*, 2011 ; Tench *et al.*, 2014.

4 Nous parlons ici d'énonciateur/trice pour « référer à la fois à une instance de la situation d'énonciation linguistique, à une instance attachée au genre de discours et éventuellement à une instance attachée à la scène de parole instituée par le discours même » (Maingueneau, 2002, p. 227).

5 Norme ISO 26000 : 2010fr, *Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale* <<https://www.iso.org/obp/ui/fr/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:fr>> (consulté le 29 mars 2017).

Vincent Charbonnier 24/4/y 18:04

Commentaire [1]: Proposition alternative :
« un (sous-)genre (relativement) nouveau »

Bakhtine, 1984, p. 284), que nous appliquerons à notre objet d'étude : le rapport RSE. Celui-ci, constituant un sous-genre du genre « rapport d'entreprise », peut être classé dans la catégorie des « genres institués », selon la typologie de grands régimes de généricité de Dominique Maingueneau (2007, p. 30) :

en attribuant à tel texte telle étiquette générique, on indique comment on prétend qu'il soit reçu, on instaure de manière non négociée un cadre à l'activité discursive.

Nous pouvons préciser encore cette catégorie en ajoutant qu'il s'agit d'un genre institué « auctorial », dans la mesure où « le garant du texte désigné par un nom propre [les entreprises étudiées ici] construit son autorité et sa crédibilité aux yeux du lecteur potentiel » (Amossy, 2009, p. 22). La catégorie rhétorique de l'*ethos*, que nous concevons, avec Ruth Amossy (2010, p. 42), comme une « dimension constitutive du discours » à l'image de l'énonciation, du dialogisme et de l'argumentativité sera également mobilisée, afin d'appréhender la mise en scène de soi des acteurs entreprises « dans ses multiples manifestations au sein d'une approche unifiée qui met l'accent à la fois sur la construction discursive de l'identité et sur l'efficacité verbale » (*Ibid.*, p. 6). Enfin, qu'elle prenne pour objet des institutions ou des entreprises, comme dans les trois cas que nous allons étudier, l'analyse du discours porte un intérêt spécifique à la question de la légitimation de ces organisations (Krieg-Planque et Oger, 2010, p. 91). Celles-ci recourent en effet à deux caractéristiques des « discours autorisés » et qu'il nous semble très intéressant d'interroger ici : « la stabilisation des énoncés et l'effacement de la conflictualité » (*Ibid.*, p. 94).

La sémiotique est mobilisée dans cette recherche comme approche capable de porter un regard sur des « textes » (dans un sens qui inclut entre autres les images visuelles) considérés comme objets signifiants (visiblement doués de signification pour quelqu'un). La sémiotique post-structuraliste ici pratiquée a l'ambition de s'intégrer dans le modèle de l'interprétation proposé par Paul Ricoeur : l'analyse structurale est ainsi un ensemble d'outils qui permettent d'expliquer le texte, en prenant au sérieux sa structuration interne, dans une perspective plus globale de type herméneutique où des sujets interagissent à travers l'échange de signes (voir Ricoeur, 1986). Nous nous basons particulièrement sur les catégories proposées par la tradition analytique de l'École de Paris, fondée et dirigée par Algirdas J. Greimas et puis continuée par d'autres auteurs (voir par exemple Floch, 1995 ; Boutaud et Berthelot-Guiet, 2015). Nous avons sélectionné quelques outils analytiques dans ce cadre riche et varié de recherches : le modèle actantiel, qui permet d'identifier des rôles narratifs abstraits dans le texte (sujet, objet, destinataire, etc.) ; les modalités narratives (être, faire, devoir, vouloir, savoir, pouvoir faire) ; le concept de débrayage (la projection dans le discours d'espaces, temps et acteurs, et aussi des traces du faire énonciatif), et celui connecté d'embrayage (l'introduction dans un texte débrayé des traces de l'instance d'énonciation, par exemple sous forme de verbes à la première et deuxième personne ou de

visages qui regardent le lecteur dans les yeux) ; une typologie d'images utilisées dans le discours visuel de la responsabilité (Catellani, 2015, voir *infra*).

Nous avons procédé à une analyse qualitative des deux derniers rapports disponibles en août 2016 sur les sites institutionnels des entreprises considérées (années 2014 et 2015 pour BNP Paribas, 2013 et 2014 pour Lafarge et Total). Ces trois entreprises font partie du CAC 40, lequel regroupe les principales entreprises cotées en [Bourse](#) en France ; elles ont aussi des positions de « *leadership* » dans leurs secteurs respectifs (bancassurance, matériaux de construction et pétrochimie plus énergie solaire). Ces trois secteurs sont aussi connus pour leur nature « sensible », du point de vue éthique, environnemental et sociétal, et aussi régulièrement exposés médiatiquement, parfois sous forme de « scandales », comme celui des relations de Total avec le régime militaire de la Birmanie dans les années 2000. Nous les avons donc considérés comme des cas significatifs, même si évidemment non représentatifs statistiquement de l'ensemble du monde marchand français⁶.

L'analyse a consisté à appliquer les catégories sémiotiques et discursives indiquées précédemment aux textes analysés. Les pages suivantes présentent ces observations sous forme de quatre parties : l'identification des traits principaux du sous-genre « rapport RSE », qui fait partie intégrante du genre plus large du rapport d'entreprise ; les résultats de l'application du « schéma actantiel » de l'École sémiotique de Paris, qui ont permis d'identifier différents rôles narratifs des parties prenantes externes ; l'identification de différents types de présence iconique visuelle des parties prenantes externes ; enfin, une discussion sur le dialogisme des rapports observés, en dégagant trois fonctions de la présence discursive de l'« autre » (humanisation, médiation et légitimation). Précisons que nous nous référons ici au dialogisme bakhtinien, conception générale du discours inspirée par l'observation et l'analyse des textes littéraires et désignant les formes de la présence de l'autre dans le discours. Selon cette perspective, en effet, « aucun discours [...] ne peut manquer de s'orienter dans le “déjà dit”, le “connu”, l'“opinion publique”, etc. L'orientation dialogique du discours est, naturellement, un phénomène propre à tout discours » (Bakhtine, 1978, p. 102). La dimension dialogique est considérée comme constitutive du discours, dans la mesure où un discours se construit toujours en considération d'autrui et n'émerge que dans un processus d'interaction. Activité langagière, le dialogisme reste avant tout chez Bakhtine une activité humaine, ancrée dans le « personnalisme » : l'autre y apparaît comme un sujet dont on doit assumer la responsabilité (Paveau, 2010).

6 Pour de plus amples informations sur ces trois entreprises, on se reportera aux différents sites institutionnels : Lafarge (<<http://www.lafarge.com/fr/groupe-lafarge>>, BNP Paribas (<<https://group.bnpparibas/decouvrez-le-groupe>>, Total (<<http://www.total.com/fr/notre-groupe-un-acteur-mondial-de-lenergie>> (consultés le 29 mars 2017). Sur Total, voir aussi Garric, L'église et Point, 2007 ; Catellani, 2015.

Formes de la présence de l'autre au sein des rapports RSE

Après avoir brièvement décrit la « forme éditoriale » des rapports RSE, comprise comme leur organisation textuelle, nous présentons ici les différents axes de notre exploration.

Quelques traits du sous-genre « rapport RSE »

Les rapports consultés présentent des variations entre eux, mais intègrent toujours les éléments suivants : un texte (lettre ou interview) du PDG ou du directeur général ; une présentation synthétique de l'entreprise ; une série de chapitres qui énumèrent de façon plus détaillée les performances dans différents secteurs de la RSE (environnement, relations sociales avec les salariés, etc.) ; une section qui présente la liste des indicateurs quantitatifs. Comme en témoignent les cas analysés ici, le sous-genre du rapport RSE est caractérisé par la coprésence de deux grandes formes expressives : la liste (sous forme de *bullet points*) et le récit (Boudès, 2005 ; Catellani, 2012). La première est l'expression visuelle d'une forme cognitive dite « paradigmatique », basée sur des « argumentations logiques et des modèles explicatifs étayés » (Boudès, 2005, p. 233) ; la seconde tend à intégrer « des éléments isolés dans un tout cohérent » (*Ibid.*, p. 234). Listes et récits contribuent à la mise en scène de l'entreprise responsable, capable de « tenir sa parole ». C'est la dimension du « soi-*ipse* », décrite par Ricoeur (1990), et qui est liée à la cohérence du projet individuel dans le temps⁷.

Sur le plan narratif, les rapports gravitent ainsi autour d'un macro-programme narratif, celui de la (prise de) responsabilité (un devoir et vouloir faire) de la part de ce sujet qui « tient sa parole », et de ses déclinaisons. Ces remarques introduisent directement à la présentation des caractéristiques narratives des rapports, et de la présence des parties prenantes externes dans cette dimension.

L'autre et ses rôles narratifs : bénéficiaires, adjuvants et locuteurs

Le schéma narratif, élaboré par A. J. Greimas (voir Everaert Desmedt, 2007), permet d'identifier différentes formes de présence des acteurs externes à l'entreprise dans le texte et dans les images. Pour rappel, ce modèle identifie six « actants » ou rôles actantiels, qui peuvent être incarnés par les différents acteurs du discours : le sujet de l'action et son objet de valeur (axe du désir) ; l'adjuvant et l'opposant (axe du pouvoir) ; le destinataire et le destinataire du programme narratif à accomplir (axe de la communication). Nous ajoutons les rôles du bénéficiaire de l'action (l'entité à qui l'accomplissement de la quête du sujet profite) et du locuteur (celui qui parle, sur un plan énonciatif et non plus narratif).

⁷ Les listes proposent souvent la dimension mesurable, quantitative, de cette tension à la responsabilité : nous retrouvons ici l'autre versant de l'identité selon P. Ricoeur, celui du « soi-*idem* ».

Un premier rôle actantiel attribué aux parties prenantes externes est celui de *bénéficiaire* du programme narratif de l'entreprise.

Groupe industriel avec un fort ancrage local, Lafarge endosse une responsabilité particulière envers toutes ses parties prenantes [...] Partout où nous opérons, nous favorisons la création d'emplois locaux et, plus largement, le développement socio-économique de ces populations. ([Lafarge, édition 2014 du rapport RSE](#), p. 27)⁸

Ces engagements généraux sont détaillés en utilisant les chiffres et les récits :

500 responsables opérationnels de plus de 20 pays ont participé à des ateliers sur l'engagement des parties prenantes [...] 118 000 heures de volontariat ont été effectuées par les collaborateurs de Lafarge. (*Ibid.*, p. 30)

Les rapports personnalisent et « quantitativisent » cette relation de don, de « performance vicaire » ou de support : on énumère les quantités de personnes touchées, par exemple, mais on montre aussi des images d'individus impliqués (voir fig. 1).

8 Disponible sur Internet : http://www.lafarge.com/sites/default/files/atoms/files/04302015-publication_sustainable_development-sustainable_report_2014-fr.pdf (consulté le 29 mars 2017).



Figure 1

Un deuxième rôle, moins « passif », est celui de « partenaire » ou d'allié : l'entreprise entre en collaboration avec des parties prenantes particulièrement compétentes (et valorisantes). Ainsi, les

programmes de Lafarge sont « conçus en partenariat avec les acteurs locaux » (*Ibid.*, p. 27). De son côté, Total crée au Sénégal « une licence professionnelle en gestion des PME/PMI » en collaboration avec le « Centre africain d'études supérieures en gestion » (*Ibid.*, p. 35). La collaboration permet le transfert de compétences (savoir-faire), évidemment, mais aussi de valorisation, de légitimité.

Un autre rôle attribué aux parties prenantes est celui de *destinateur*, et notamment de « juge » (évaluation de la conformité de la performance au contrat initial, voir Everaert-Desmedt, 2007). Les grands organismes internationaux, comme le GRI apparaissent comme source de normativité. C'est le cas notamment au sein des rapports Lafarge ; une page entière est dédiée en effet à présenter la « méthodologie de *reporting* », en indiquant les sources et les mécanismes d'évaluation : « Le *reporting* des indicateurs clés de performance est conforme aux lignes directrices du *reporting* Développement Durable GRI G4 [...] la méthodologie recommandée par le CSI est utilisée » ([Lafarge, édition 2014 du rapport RSE](#), p. 42). Si ces organismes sont évoqués comme source des normes de *reporting*, les agences de certification apparaissent comme acteurs actifs d'évaluation, notamment dans [l'édition 2014 du rapport RSE de Lafarge](#) :

Le Bureau Veritas Certification effectue une vérification indépendante des données relatives au développement durable. Une sélection d'indicateurs quantitatifs clés a été revue de manière à permettre la publication d'un rapport d'assurance modérée.⁹

Dans [l'édition 2014 du rapport RSE de BNP Paribas](#) et dans [celle de 2015](#), une page est à chaque fois dédiée aux notations de la part des agences de notations extra-financières. Le sujet-entreprise exhibe donc sa « sanction » positive et les dispositifs en place pour l'obtenir, particulièrement dans le cas des [rapports RSE de Lafarge](#). Le rapport est institué comme document formellement correct, relié à des autorités universellement reconnues.

Un autre rôle actantiel, plutôt lié à la dimension de l'énonciation, est celui de *locuteur autre* (producteur d'un discours rapporté). Les rapports analysés donnent la parole à des acteurs externes en quelques occasions. Ce rôle peut s'incarner dans des acteurs qui sont aussi, en même temps, des juges ou des partenaires. Dans [l'édition 2013 du rapport RSE de Lafarge](#)¹⁰, des encadrés présentent l'opinion d'une partie prenante externe, un individu membre du « panel des parties prenantes » de l'entreprise, sur un aspect du rapport (voir p. 15, 20, 23, 29, 35 et 38). De

⁹ *Ibid.* Cette vérification externe entre dans un dispositif de contrôle qui inclut des acteurs internes et externes : « Pour les données concernant les émissions de l'activité ciment, les experts environnementaux des centres techniques régionaux (Kuala Lumpur, Montréal, Pékin et Vienne) analysent et valident les données de performance des sites de leur zone. En conformité avec la loi française, l'information financière et environnementale doit être certifiée par un audit externe car Lafarge est une société cotée » (*Ibid.*). Un dispositif de multiplication des actants juges est exhibé.

¹⁰ Disponible sur Internet : http://www.lafarge.com/sites/default/files/atoms/files/05072014-publication_sustainable_development-sustainable_report_2013-fr.pdf (consulté le 29 mars 2017).

même, dans l'édition 2015 du rapport RSE de BNP Paribas, apparaissent des interviews d'experts qui donnent leur opinion (et font des suggestions sur les actions à développer) sur ce que la banque fait (par exemple dans le domaine des droits de l'homme, p. 49). Les rapports mettent donc en scène la parole (et le visage, voir *infra*) des « destinataires », source de devoir faire et de sanction sur les performances accomplies (l'être du faire, selon la terminologie de A. J. Greimas). L'édition 2014 du rapport RSE de BNP Paribas offre une autre configuration : des partenaires externes prennent en effet la parole de façon conjointe avec un membre de la banque avec qui ils collaborent, dans le cadre d'« interviews croisées » (p. 23, 37, 46 et 59). Si l'édition 2013 du rapport RSE de Total¹¹ est très « monologique », celle de 2014 présente des déclarations entre guillemets de parties prenantes externes¹². Par exemple, à la p. 22, l'article qui présente la signature d'un accord entre Total et une centrale syndicale mondiale (IndustriALL Global Union) est précédé d'une déclaration positive du secrétaire de cette organisation (« Nous sommes très fiers de cet accord. C'est le plus ambitieux et le plus progressiste que nous ayons signé avec un grand groupe pétrolier »). Le choix est ici de concentrer la sanction positive externe en quelques phrases particulièrement significatives (et positives).

Les rapports analysés mettent donc en scène les parties prenantes externes en constituant des dispositifs textuels qui combinent différents rôles narratifs, allant ainsi dans le sens d'une perspective dialogique. L'autre est mobilisé à travers le discours verbal et visuel : ses images sont donc l'objet de la prochaine sous-section.

L'autre et ses images : du pur regard à l'image d'éthos

La présence visuelle iconique de l'autre dans les rapports RSE peut, à son tour, être organisée par « niveaux » progressifs, qui vont donc des formes plus discrètes à celles plus visibles. Nous avons cherché à identifier les indices verbaux, mais surtout iconiques, de cette présence, dans les différents types d'images présentes dans les rapports analysés, en incluant les graphiques. Les éléments observés sont donc notamment les mots et expressions qui font référence aux acteurs externes, les personnages représentés, les regards de ces personnages.

Le « niveau zéro » de cette présence est, paradoxalement, celle du pur regard : le rapport dans son entièreté définit une position d'observation à disposition des observateurs réels. Cette position est très peu définie par des formes d'interpellation verbale directe. Les deux positions énonciatives verbales dominantes, en effet, sont celle de l'énonciation à la troisième personne et

11 *Agir en entreprise responsable. Rapport CSR 2013* <http://www.total.com/sites/default/files/atoms/files/rapport-societe-environnement-2013_0.pdf> (consulté le 29 mars 2017).

12 *Croissance durable. Rapport 2014*, p. 22, 26, 33, 38 et 42 : <http://www.total.com/sites/default/files/atoms/files/rapport_croissance_durable_vf.pdf?xtmc=rapport_csr_2014&xtnp=1&xtrc=>> (consulté le 10 avril 2017)

le « nous » exclusif, qui n'arrive pas à évoquer directement le locataire dans le texte. Plus abondantes sont les traces visuelles, sous forme de regard dans les yeux (embrayage visuel), notamment dans le cas des « images *ethos* » (voir *infra*, et fig. 2). Ce regard définit explicitement une position externe à disposition du lecteur.



Figure 2

Une forme minimale de présence, verbale toutefois et non visuelle, est celle de la simple *évocation* ou mention des parties prenantes dans le texte verbal – souvent, mais pas toujours, en utilisant des déterminants possessifs : « nos parties prenantes », « nos clients » ; « toutes ces parties prenantes » (édition 2014 du rapport RSE de Total, p. 47). Un parallèle visuel de ce niveau élémentaire de présence est l'apparition des parties prenantes dans les indicateurs quantitatifs, comme dans l'édition 2015 du rapport RSE de BNP Paribas (p. 8-15). Par exemple, les chiffres et le graphique qui indiquent le « score de satisfaction globale des clients particuliers », ou le « nombre de personnes ayant bénéficié de programmes d'éducation financière », sont des traces d'une présence, filtrée, il est vrai, par un appareil de mesure, de calcul et de visualisation.

Proche de ce niveau, mais déjà différent à cause de l'accès à l'image iconique, est celui des *pictogrammes* stylisés, utilisés par exemple dans l'illustration de la p. 8 de l'édition 2014 du rapport RSE de Lafarge. Dans le cas du schéma de la p. 18 de l'édition 2015 du rapport RSE de BNP Paribas (fig. 3), nous avons un exemple de ce qu'on a appelé ailleurs « image savoir » (configuration visuelle où la dimension iconique est diminuée pour permettre de focaliser l'attention sur des contenus abstraits)¹³.

¹³ Voir Catellani, 2015. De la catégorie des images savoir font partie aussi les cartes géographiques, présentes souvent dans les rapports, les schémas et les images stylisées.

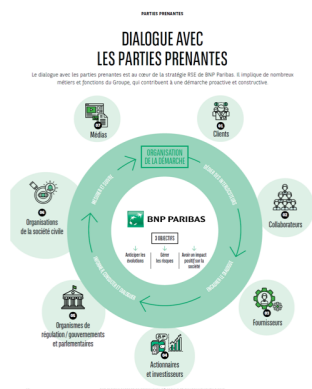


Figure 3

Une présence plus directe est évidemment celle des très nombreuses *illustrations* photographiques. Nous avons défini dans d'autres travaux l'illustration comme une ré-énonciation visuelle (souvent photographique) d'un contenu verbal, dans une condition de « quasi-synonymie intersémiotique »¹⁴. Les illustrations peuvent être génériques (comme l'image d'un avion à la p. 20 [de l'édition 2014](#) du rapport RSE de Total) ou spécifiques, notamment grâce à la présence de légendes verbales qui « ancrent » l'image (comme la « scène de rue » à Nairobi, capitale du Kenya, à la p. 27 du même rapport). Certaines illustrations des rapports montrent des parties prenantes externes, comme les écoliers et leur enseignant d'une école d'Afrique du Sud équipée d'eau potable grâce à Lafarge ([édition 2014 du rapport RSE](#), p. 23). Il s'agit clairement de la mise en scène visuelle des bénéficiaires du programme narratif responsable de l'entreprise (voir *supra* « Quelques traits du sous-genre « rapport RSE »), qui en présentent aussi une sanction positive (voir aussi fig. 1).

Une variante des illustrations photographiques des parties prenantes est celle de *l'embrayage* visuel. Dans certains cas en effet (comme à la p. 23 [de l'édition 2014 du rapport RSE 2014 de Lafarge](#), voir aussi fig. 2), les personnes regardent l'observateur dans les yeux, en établissant donc un contact visuel direct qui acquiert une force d'attestation personnelle (la personne « prend en charge » sa monstration, son « vouloir regarder » garantit son appui au discours de l'entreprise). Dans d'autres cas, en revanche, l'illustration n'est pas embrayée, mais se limite à montrer les acteurs soutenus par l'entreprise – comme les membres de l'entreprise sociale « La ruche qui dit oui » ([édition 2015 du rapport RSE](#) de BNP Paribas, p. 24) en train d'agir, immergés dans leur environnement. Les nombreuses « études de cas » des rapports [RSE de Lafarge](#) présentent toujours des illustrations embrayées ([édition 2013](#), p. 36) ou pas (*Ibid.*, p. 31). Dans [l'édition](#)

¹⁴ Voir Catellani, 2015. La synonymie intersémiotique (entre verbal et visuel) parfaite n'est évidemment pas possible, mais les deux substances sémiotiques peuvent « pointer » vers le même contenu, en en mettant en évidence des aspects différents.

[2013 du rapport RSE](#) de Total (p. 41), les images montrent différents moments de rencontre entre des membres de l'entreprise et les populations ougandaises pour expliquer les opérations de recherche du pétrole (fig. 1). Ces illustrations contribuent à la construction d'un *storytelling* qui concrétise et humanise le rapport.

La dernière catégorie de la présence visuelle des parties prenantes externes est celle des « images *ethos* » (Catellani, 2015). Dans ce cas, l'image montre le portrait photographique de celui qui prend la parole dans le texte verbal lié à l'image, pour augmenter « l'agentivité », la force de sa présence verbale, en le rendant plus personnel. L'effet est augmenté par l'embranchement de l'image (dans beaucoup de cas le personnage regarde l'observateur dans les yeux). Les « images *ethos* » classiques des rapports RSE sont le portrait photographique du PDG ou directeur, au début du document. Les rapports étudiés, notamment ceux de Lafarge ([l'édition 2013](#) en particulier), mais aussi l'édition 2014 du [rapport RSE](#) de Total, offrent les portraits photographiques des locuteurs externes qui prennent la parole. Les encadrés qui présentent les commentaires des membres du « panel des parties prenantes » de Lafarge sont accompagnés en effet de la silhouette du locuteur, qui atteste visuellement son discours à la fois valorisant et sanctionnant (fig. 2). [L'édition 2013 du rapport RSE](#) de Lafarge nous semble en effet le cas le plus abouti, dans le cadre du *corpus* analysé, de réelle mise en scène d'une pluralité de points de vue sur les actions de l'entreprise. La parole et l'image de l'autre comme destinataire, en plus d'« allié » ou simple bénéficiaire, arrivent ici à prendre une place dans le rapport, même si brièvement. Il ne s'agit pas ici simplement d'illustrer le texte (de le ré-énoncer iconiquement, en contribuant à son équilibre visuel), mais plutôt d'accroître l'efficacité du témoignage, de souligner visuellement la présence d'un personnage qui est source de valorisation et de légitimation.

L'autre comme instance tierce : entre humanisation, médiation et légitimation

Si la figure de l'autre peut être abordée, en termes sémiotiques, à partir de ses rôles narratifs et des différents « niveaux » de sa présence visuelle, elle peut être appréhendée comme une instance tierce sur le plan discursif, dans le sens indiqué par Patrick Charaudeau (2004). À rebours d'une conception essentiellement duelle, dyadique, de la communication humaine, et à la suite des travaux des conversationnalistes du langage comme Catherine Kerbrat-Orecchioni qui ont mis en scène un troisième partenaire, souvent non désigné, et des études sur les situations trilogiques de la conversation, on peut en effet considérer que la communication sociale se fonde sur un rapport triadique.

Or, cet « autre » associé à un tiers va revêtir différentes fonctions discursives dans les rapports de notre *corpus*. La première fonction, déjà évoquée à partir de l'analyse sémiotique, est celle de l'humanisation de l'acteur économique entreprise par le prisme du recours à des images,

photographies d'individus, personnalisés, nommés. La prégnance de ces visages et de ces corps entend incarner les actions « responsables ». Comme nous l'avons vu précédemment, les rapports des trois entreprises illustrent cette recherche d'humanisation par le tiers (tout particulièrement BNP Paribas et Lafarge, et parfois dans le cas de Total, voir fig. 1).

Une autre fonction du tiers discursif qui peut être identifiée ici est celle de médiation. Le tiers est en effet toujours un intermédiaire qui introduit une logique de l'échange mutuel, de la réciprocité, un principe partenarial (Errecart, 2011 et 2013). Le « Dialogue avec les parties prenantes » est ainsi l'objet d'une rubrique à part entière [dans l'édition 2015 du rapport RSE](#) de BNP Paribas (p. 18 et suiv.) ; « Nous continuerons à tisser des liens de confiance avec nos parties prenantes », peut-on lire en p. 9 [de l'édition 2014 du rapport RSE](#) de Total (éditorial du Président) ; la rubrique « Notre panel de parties prenantes » [de l'édition 2014 du rapport RSE](#) de Lafarge indique (p. 40) :

Depuis 2003, le Panel de parties prenantes questionne l'approche du développement durable de Lafarge, lui apporte un regard critique et bienveillant, aide Lafarge à anticiper les défis à venir, à améliorer continuellement ses pratiques et à faire progresser le secteur de la construction.

On voit ainsi que :

pour les acteurs, opérer un geste de médiation, c'est donner corps à une conception de la trivialité, c'est-à-dire répondre, d'une certaine façon, par la pratique, à la question de ce qui peut structurer le rapport d'un sujet à la culture sociale à laquelle il appartient et construire une proposition de dialogue et de mise en relation entre des identités perçues comme à la fois étrangères et susceptibles de se comprendre. (Jeanneret, 2008, p. 122)

Le tiers permet ici de gommer les asymétries, d'atténuer voire effacer la conflictualité.

La troisième fonction du tiers que nous voulons dégager ici est celle de légitimation. En effet, le tiers, en plus d'apporter sa caution d'humanisation et d'induire une logique de médiation, a pouvoir de légitimation quant à la *praxis* engagée mise en scène dans les rapports. Cette dimension est particulièrement visible et perceptible lorsque les tiers cités le sont à titre d'experts. Les entreprises bénéficient alors de la mobilisation de cette expertise, qu'elle soit d'ordre scientifique, technique, académique, associative ; elle apparaît comme une forme de caution. Citons en guise d'exemples les interventions du Président de l'Institut français pour la performance du Bâtiment (IFPEB) au sujet de la réduction de la consommation d'énergie :

L'IFPEB a lancé en 2014 le concours CUBE 2020 pour montrer que le bon usage d'un bâtiment tertiaire et le suivi de son exploitation technique permettent de réduire significativement sa consommation d'énergie [...] Conscient de l'intérêt de cette démarche, BNP Paribas a fait appel à des *energy managers* pour conseiller et guider ses

locataires dans cette compétition. Le jury du concours 2014 a d'ailleurs salué cette initiative ([édition 2015 du Rapport RSE de BNP Paribas](#), p. 63) ;

celles d'une dirigeante de l'*African Center For Economic Transformation* :

Cette partie du rapport est de qualité et détaille un certain nombre d'informations utiles. De nombreux progrès ont été réalisés en matière de formation [...]. Le fait que Lafarge suive l'impact de ses programmes dans le temps, notamment pour évaluer le nombre d'emplois créés, est très positif ([édition 2013 du Rapport RSE de Lafarge](#), p. 20) ;

d'une architecte :

Toutes les évolutions enregistrées en 2013 dans le domaine de la construction durable et des villes vont dans le bon sens. Le périmètre d'action ne cesse de s'élargir avec l'offre de Lafarge [...] ([Ibid.](#), p. 27) ;

des Présidents des ONG Care :

Je suis très impressionné par le projet sur le logement abordable mis en place par Lafarge [...] Lafarge développe une réponse innovante à cette question, une réponse qui ne contredit pas la logique économique de l'entreprise. ([Ibid.](#), p. 29)

et WWF pour Lafarge :

De façon générale, Lafarge reste le leader de son secteur [...] Je suis satisfait de constater l'importance donnée à la R&D et à l'innovation pour les matériaux et les systèmes constructifs [...]. ([Ibid.](#), p. 38)

Que nous l'appelions « autre » ou « tiers », nous voyons ainsi se dessiner un certain mode de relation des organisations marchandes étudiées à l'altérité, dont nous ne pouvons que souligner le caractère ambivalent. Or, si l'altérité qui se fait jour dans les rapports RSE apparaît assez largement comme le produit d'une mise en scène sémiotique et discursive, elle n'en demeure pas moins une caractéristique structurante de notre *corpus*, se traduisant par une forme de décentrement discursif et par l'intégration d'une « norme dialogique », procédant de la construction d'un *ethos* irénique.

Les rapports RSE étudiés sont construits pour mettre en scène une attitude altruiste, en énumérant les bienfaits de l'entreprise et les réactions positives des parties prenantes. Cette mise en scène est le fruit d'une stratégie managériale et rédactionnelle. Les rapports sont pris dans une logique de légitimation, de construction de la *licence to operate* (licence d'exercice) des entreprises, et d'évitement de conflits potentiels, au-delà de celle de sublimation de la compétitivité à la recherche du *leadership* éthique. L'obligation de la mise en scène de la relation renvoie aux contraintes actuelles du système économique (capitaliste), à un « nouvel esprit du capitalisme », une nouvelle forme de justification donc, qui s'incarne dans les textes et les images

des rapports RSE (Catellani, 2012). Cette condition profondément « stratégique » n'exclut pas et au contraire implique, l'instauration de la norme dialogique : « jamais sans l'autre », même si cet autre est présent de façon filtrée et contrôlée. Mettre en scène la relation est déjà une forme de sortie d'un modèle strictement monologique et autoréférentiel, tout en restant loin d'une condition de communication « symétrique » et dialogique. Les signes déployés dans les rapports RSE sont donc ouverts à une ambiguïté herméneutique, difficile à résoudre complètement, entre fiction stratégique (proche d'une sorte d'aliénation) et début d'une réelle condition de « dialogue » (de manière limitée), qui n'est pas sans rappeler le « conflit des interprétations » analysé par P. Ricoeur (1969).

Conclusions : Dialogisme et prise en compte de l'altérité au sein des rapports RSE

L'exploration réalisée au sein des trois rapports RSE de Lafarge, Total et BNP Paribas avait pour objectif d'identifier les modalités de mise en discours et en récit des différentes « parties prenantes » externes de ces entreprises dans ces productions discursives. Nous avons pu ainsi montrer que le rapport RSE possède toutes les caractéristiques du genre rapport d'entreprise, et en constitue un sous-genre. Il s'inscrit en effet, dans les trois cas étudiés, dans le registre de la communication institutionnelle et constitue à ce titre un « acte de langage relevant du discours patronal » (Garric, Légèze et Point, 2007, p. 16). Les trois rapports apparaissent comme des « métadiscours voué[s] à légitimer des pratiques managériales dans un contexte de contraintes économiques, sociales et environnementales, présent dans l'inter-discours » (*Ibid.*). Ils sont donc dotés d'une fonction de justification, dans une logique épideictique (Catellani, 2012).

Nous nous sommes intéressées également aux formes prises par la figure de l'« autre » dans les textualités étudiées, à travers l'identification de ses rôles narratifs, des différents types de manifestation de sa présence, visuelle et discursive – tout particulièrement à travers les images de l'autre mobilisées – et de l'autre comme instance tierce, ayant alternativement fonction d'humanisation, de médiation ou de légitimation.

En se plaçant dans une perspective comparative, quelques différences peuvent être soulignées dans le positionnement des trois entreprises. Lafarge donne la parole aux parties prenantes et semble permettre l'expression de réelles critiques, mais à partir d'un panel sélectionné : la « norme dialogique » devient ici ouverture à une parole externe qui juge (une sorte d'*empowerment* des parties prenantes, qui reçoivent un pouvoir cognitif sur l'entreprise) – tout en mettant en valeur l'entreprise comme acteur, justement, engagé dans l'écoute des parties prenantes. BNP Paribas fait apparaître moins de critiques et privilégie les témoignages de partenaires et clients satisfaits, sous forme d'interviews ou d'interviews croisées : la parole

externe est encore plus épideictique et « rituelle » que dans le premier cas. Total fait, quant à lui, encore moins de place aux parties prenantes externes, au profit de la présence des salariés en action, le dispositif de mise en scène de l'évaluation par les parties prenantes externes n'étant pas présent, ou de façon très limitée. La parole des parties prenantes est dans ce cas limitée à quelques déclarations rapportées.

Toutefois, au-delà de ces différences, nous pouvons mettre en avant deux caractéristiques essentielles, communes aux rapports RSE des trois entreprises étudiées : le recours aux formes narrative et dialogique. Les rapports étudiés montrent l'importance du mode narratif dans les discours organisationnels. Il est intéressant de souligner que

ce genre [le mode narratif] n'est pas unique, il coexiste avec d'autres genres [modes] (prescriptif, explicatif, descriptif, etc.) dont il partage la dimension instituante [...] La notion de récit nous met sur la voie, non pas d'une lecture managériale, mais d'une lecture institutionnelle des organisations, attentive au travail d'institution qui s'opère dans les discours. (D'Almeida, 2008, p. 88)

L'« autre », tel qu'il apparaît et qu'il se voit mis en scène dans les discours étudiés, est par conséquent lui-même institutionnalisé, dans la mesure où il est « pris » dans ce dispositif narratif organisationnel. Par ailleurs, si nous avons souligné la nature souvent monologique et autoréférentielle des textes analysés – en dépit de la rhétorique de l'interaction et des relations mutuelles fréquemment utilisée –, nous considérons que notre *corpus* relève de la norme dialogique, telle que définie par Marie-Anne Paveau (2010, p. 143), qui voit dans la notion de dialogisme « une fonction sociale pacificatrice ». En effet, cette fonction sociale du dialogisme « installe une fiction irénique permettant d'éviter le conflit et le risque de désagrègement des liens sociaux » (*Ibid.*, p. 144). La fonction dialogique, nous dit encore M.-A. Paveau, aurait ainsi une « fonction de régulation sociale » (*Ibid.*). Nous comprenons donc que le dialogisme soit, dans cette acception, une modalité discursive privilégiée (mais pas exclusive évidemment) des écrits de la RSE – au premier rang desquels le rapport RSE –, dont la fonction est précisément de produire, pour les différents publics de l'entreprise, une argumentation éthique, formulée sur le mode promissif (Huët et Loneux, 2009), destinée à générer de la confiance et à constituer un support du discours de légitimation de ces organisations.

Références

- AMOSSY Ruth, 2009, « La double nature de l'image d'auteur », *Argumentation et analyse du discours*, n° 3 <<http://aad.revues.org/662>> (consulté le 27 mars 2017)
- AMOSSY Ruth, 2010, *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*, Paris, PUF.

- ARCHEL *et alii*, 2011, « The institutionalisation of unaccountability: Loading the Dice of Corporate Social Responsibility », *Accounting, Organizations and Society*, vol. 36, n° 6, p. 327-343.
- BAKHTINE Mikhaïl, 1978, *Esthétique et création du roman*, Paris, Gallimard.
- BAKHTINE Mikhaïl, 1984, *Esthétique de la création verbale*, Paris, Gallimard.
- BALLET Jérôme, BRY Françoise de, 2001, *L'entreprise et l'éthique*, Paris, Éd. du Seuil.
- BANERJEE Subhabrata Bobby, 2008, « Corporate Social Responsibility: The Good, The Bad and the Ugly », *Critical Sociology*, vol. 34, n° 1, p. 51-79.
- BOUDES Thierry, BROWNING Larry D., 2005, « La dialectique entre listes et récits au sein des organisations », *Revue française de gestion*, vol. 31, n° 159, p. 233-246.
- BOUTAUD Jean-Jacques, BERTHELOT-GUIET Karine, 2015, *Sémiotique mode d'emploi*, Lormont, Éd. Le bord de l'eau.
- CAPRON Michel, QUAIREL-LANOIZELÉE Françoise, 2007, *La responsabilité sociale d'entreprise*, Paris, La Découverte.
- CATELLANI Andrea, 2012, « La justification et la présentation des démarches de responsabilité sociétale dans la communication *corporate* : notes d'analyse textuelle d'une nouvelle rhétorique épидictique », *Études de communication*, n° 37, p. 159-176.
- CATELLANI Andrea, 2015, « Figures et paroles de la responsabilité dans la communication *corporate* : la dimension visuelle des rapports d'entreprise », *Communication et organisation*, n° 47, p. 97-113.
- CATELLANI Andrea, VERSEL Martine, 2011, « Les applications de la sémiotique à la communication des organisations », *Communication et organisation*, n° 39, p. 5-13.
- CHARAUDEAU Patrick, MAINGUENEAU Dominique éd., 2002, *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Éd. du Seuil.
- CHARAUDEAU Patrick, 2004, « Tiers, où es-tu ? À propos du tiers du discours », *La voix cachée du tiers. Des non-dits du discours*, P. Charaudeau, R. Montes éd., Paris, L'Harmattan, p. 19-41.
- D'ALMEIDA Nicole, 1996, *L'entreprise à responsabilité illimitée : la citoyenneté d'entreprise en questions*. Paris, Liaisons.
- D'ALMEIDA Nicole, 2008, « Des comptes aux contes », *Médiation et information*, n° 29, p. 85-98.
- ERRECART Amaia, 2011, « À la rencontre des SIC et de la sémiotique : le partenariat entre une organisation économique et une organisation associative comme espace d'interaction langagière et de médiation sociale », *Communication et organisation*, n° 39, p. 167-181.
- ERRECART Amaia, 2013, « Des organisations en partenariat : un espace communicationnel hybride au prisme de l'analyse de discours », *Sciences de la Société*, n° 88, p. 100-116.
- EVERAERT-DESMEDT Nicole, 2007, *Sémiotique du récit*, Bruxelles, De Boeck.
- FLOCH Jean-Marie, 1995, *Identités visuelles*, Paris, PUF.

- FREEMAN R. Edward, 1984, *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston, Pitman.
- GARRIC Nathalie, LEGLISE Isabelle, POINT Sébastien, 2007, « Le rapport RSE, outil de légitimation ? Le cas Total à la lumière d'une analyse de discours », *Revue de l'organisation responsable*, vol. 1, n° 2, p. 5-19.
- GRUNIG James, 2008, « Excellence Theory in Public Relations », *International Encyclopedia of Communication*. DOI : 10.1111/b.9781405131995.2008.x
- HUËT Romain, 2012, *La fabrique de l'éthique. Les nouvelles promesses des entreprises*, Paris, CNRS Éditions.
- HUËT Romain, LONEUX Catherine, 2009, « Une analyse communicationnelle des "écrits de la RSE" : le cas des chartes et codes de conduite », *Revue de l'organisation responsable*, vol. 4, n° 1, p. 54-62.
- IGALENS Jacques, 2007, « L'analyse du discours de la responsabilité sociale de l'entreprise à travers les rapports annuels de développement durable d'entreprises françaises du CAC40 », *Revue Finance Contrôle Stratégie*, vol. 10, n° 2, p. 129-155.
- IHLEN Øyvind, BARTLETT Jennifer, MAY Steve éd., 2011, *The Handbook of Communication and Corporate Social Responsibility*, Wiley-Blackwell.
- JEANNERET Yves, 2008, *Penser la trivialité. Volume 1 : La vie triviale des êtres culturels*. Paris, Lavoisier/Hermès-science.
- KRIEG-PLANQUE Alice, OGER Claire, 2010, « Discours institutionnels : perspectives pour les sciences de la communication », *Mots. Les langages du politique*, n° 94, p. 91-96.
- LE GOFF Jean-Pierre, 1993, *Le mythe de l'entreprise. Critique de l'idéologie managériale*, Paris, La Découverte.
- L'ÉTANG Jacquie, 2006, « Corporate Responsibility and Public Relations Ethics », *Public Relations. Critical Debates and Contemporary Practice*, Londres, Routledge, p. 405-422.
- LIBAERT Thierry, JOHANNES Karine, 2016, *La communication corporate*, Paris, Dunod.
- MAINGUENEAU Dominique, 2002, « Énonciateur », *Dictionnaire d'analyse du discours*, P. Charaudeau, D. Maingueneau éd., Paris, Éd. du Seuil, p. 224-227.
- MAINGUENEAU Dominique, 2007, « Genres de discours et modes de généricité », *Le français aujourd'hui*, n° 159, p. 29-35.
- MAINGUENEAU Dominique, 2014, *Discours et analyse de discours*, Paris, A. Colin.
- MERCIER Samuel, 2014, *L'éthique dans les entreprises*, Paris, La Découverte.
- OCLER Rodolphe, 2009, « Discourse analysis and corporate social responsibility: a qualitative approach », *Society and Business Review*, vol. 4, n° 3, p. 175-186.
- PAVEAU Marie-Anne, 2010, « La norme dialogique. Propositions critiques en philosophie du discours », *Semen*, n° 29, p. 127-146.
- RENOUARD Cécile, 2009, « L'éthique et les déclarations déontologiques des entreprises », *Études*, n° 4 / 410, p. 473-484.
- RICŒUR Paul, 1969, *Le conflit des interprétations*, Paris, Éd. du Seuil.

RICŒUR Paul, 1990, *Soi-même comme un autre*, Paris, Éd. du Seuil.

TENCH Ralph, SUN William, JONES Brian, 2014, *Communicating Corporate Social Responsibility. Perspectives and Practice*, Bingley, Emerald.