

**Jean-Marie Charpentier**

Responsable de l'observation sociale d'une entreprise publique  
Docteur en sciences de l'information et de la communication

Proposition d'intervention pour le colloque « Contredire l'entreprise »  
( 23 octobre 2009)

## **L'entreprise face à une double interpellation**

Entre social et sociétal, l'entreprise à vrai dire est face à une double interpellation qui prolifère. L'une, d'origine interne vient des salariés. Elle est ancienne et a trait à la condition salariale. Son ancienneté n'empêche pas son actualité dans un univers économique et social d'entreprise profondément transformé par les effets la mondialisation. L'autre, d'origine externe vient de la société. Plus récente, elle se déploie entre autres à propos des questions environnementales et plus largement des impacts de l'entreprise. Les entreprises tentent de réguler ces interpellations, qui ne vont pas sans conflits, avec le dialogue social d'un côté, avec la RSE de l'autre.

Les frontières de plus en plus poreuses entre l'interne et l'externe de l'entreprise mettent souvent en résonance, mais aussi parfois en tension le dialogue social et ce qu'on peut appeler le « dialogue civil ». Il est intéressant de voir aujourd'hui les déplacements, voire les décentrements qui s'opèrent de l'un à l'autre. Syndicats d'un côté, ONG et associations de l'autre sont moins éloignés les uns des autres que l'on veut bien le dire parfois même si les histoires sont différentes. Ils ont en commun aujourd'hui non seulement de contredire, de contester, mais aussi de négocier avec l'entreprise.

En tout cas, face à des interpellations croisées et le plus souvent dans l'espace public, y compris quand il s'agit de relations sociales internes, l'entreprise est de plus en plus tenue à un dialogue « multi-acteurs » dans lequel la place de la communication ne cesse de s'affirmer. L'« ouverture » de l'entreprise fait désormais sortir le dialogue social d'un ancien statut « intra muros » et fait entrer le dialogue civil quelque fois jusqu'au cœur des métiers.

D'où une communication d'entreprise qui de plus en plus va devoir sortir de la belle image pour se frotter au social, au sociétal et plus largement au politique.