

PORTÉE STRATÉGIQUE DE L'EFFORT DE SOUTENABILITÉ SOCIALE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

Philippe ROBERT-DEMONTROND

CREREG UMR CNRS C 6585

Résumé

On montre ici que l'investissement éthique, entendu comme ensemble d'efforts développés par les entreprises dans le cadre des problématiques du développement soutenable, est :

1) Un facteur de développement d'avantages concurrentiels sur le marché des capitaux, sur les marchés des produits, et sur le marché du travail. Ce dernier point est plus particulièrement examiné au travers l'élaboration d'un modèle mathématique permettant de montrer formellement l'incidence sur la profitabilité de ces efforts, liée à une diminution de la mobilité inter-organisationnelle des salariés.

2) Un facteur de développement d'avantages anti-concurrentiels, par la construction de barrières à l'entrée sur les marchés limitant les possibilités de mobilité. Ce point est étudié au travers l'élaboration d'un modèle mathématique, fondé sur la théorie des jeux avec calcul d'équilibre de Nash sur deux périodes.

Mots clés : *normes sociales, chartes sociales, codes de conduite, avantage concurrentiel, théorie des jeux.*

Portée stratégique de l'effort de soutenabilité sociale du développement économique

De plus en plus d'actions sont actuellement entreprises par les firmes - actions que l'on qualifie ici d'"effort social", - qui visent à garantir la soutenabilité de la gestion de leurs ressources humaines - autrement dit, qui visent à un partage plus équitable de la valeur entre le travail et le capital, comme facteurs de production, par l'amélioration de la rémunération du travail et/ou par l'amélioration des conditions de travail. Ce qui, pratiquement, signifie une réduction des externalités sociales, négatives, exclusivement supportées par l'environnement des firmes du fait de leur fonctionnement (Robert-Demontrond, 2001).

L'existence même d'un tel effort social pose problème, dès lors que celui-ci relève d'une démarche volontariste. Les acteurs économiques sont de fait ordinairement supposés n'être jamais que réactifs, dès lors que les questions traitées sont étrangères à leurs intérêts propres. Autrement dit, dans cette perspective, typiquement, l'obtention d'une internalisation des externalités implique l'action des pouvoirs publics - prenant l'initiative pour définir un cadre de régulation contraignant le comportement des acteurs. En l'absence d'interventions publiques, aucune prise en compte d'externalités ne devrait donc être observée. Or, tel n'est pas le cas. De nombreuses firmes prennent aujourd'hui spontanément les devants en s'engageant, sans y être apparemment formellement contraintes, dans des politiques d'investissement éthique. Ce qui peut d'emblée s'expliquer par :

1) l'obéissance à une logique du devoir, inscrivant les décisions dans la "corporate social responsibility", selon laquelle les entreprises ont à répondre à des obligations plus larges que celle de rentabilité ;

2) le suivi d'une logique d'intérêt, inscrivant les décisions dans la "corporate social responsiveness", très pragmatique, explicitant l'existence d'avantages, en termes de rentabilité, liés au développement d'un effort social. Avantages, et schéma causal, qu'il s'agit ici d'examiner au plan conceptuel.

1. Le temps, l'espace comme paramètres de l'effort social

Cet examen est structuré autour de deux axes, respectivement relatifs au temps et à l'espace comme facteurs de compétitivité.

1.1 Le temps comme facteur de compétitivité

Que les entreprises répondent aux attentes sociales avant que celles-ci ne prennent forme de loi présente un intérêt immédiat : celui, justement, de mettre à distance le système juridique, de prévenir son intervention par une auto-régulation du jeu concurrentiel - préservant ainsi des aires d'entière discrétion managériale et autorisant un rythme d'adaptation de l'organisation aux contraintes exogènes avec un niveau minimal de perturbation. Résultat d'importance : le temps est effectivement une valeur économique, une ressource dont les entreprises doivent optimiser la gestion. Celles pionnières, agissant avant que les règles du jeu concurrentiel ne soient juridiquement définies peuvent, par cela même, obtenir des avantages opérationnels conséquents (Demil, 1998 ; Nehrt, 1996). Encore suppose-t-on ici l'existence d'une probabilité non nulle d'interventions sur les marchés, visant à leur régulation - ce qui n'est pas forcément d'évidence. En attendant d'en estimer la pertinence, on note ici H1 cette hypothèse, à tester, au fondement de la rationalité économique de l'effort social.

Par delà ce premier point, qui correspond, sur le fond, à un effort de préservation de la profitabilité par anticipation d'une contestabilité politique du régime de production, l'investissement éthique peut viser à la construction d'avantages économiques. Fondamentalement, la stratégie se réfléchit effectivement à trois niveaux : *i*) la symétrie, qui correspond à une logique de confrontation selon des modalités opérationnelles identiques ; *ii*) la dissymétrie, qui résulte de la recherche d'une supériorité quantitative et/ou qualitative dans les modalités opérationnelles ; et *iii*) l'asymétrie, qui résulte de la recherche d'une supériorité opérationnelle - par l'invention ou l'utilisation de règles du jeu différentes, l'introduction de nouvelles modalités opérationnelles, permettant à la firme pionnière d'acquérir l'avantage sur l'adversaire en le déstabilisant. Dans cette perspective, on note ici H2 l'hypothèse, à tester également, selon laquelle l'effort social peut être au fondement d'avantages concurrentiels (H2.1), sinon même d'avantages anti-concurrentiels (H2.2).

1.2 L'espace comme facteur de compétitivité

Les entreprises se voient opposer de moins en moins d'obstacles, économiques, techniques, dans la détermination de la localisation de leurs activités. La mobilité du capital, et par dérivé de l'offre d'emploi, devient extrême - au contraire de celle du travail, toujours marquée de fortes attaches territoriales. En conséquence de quoi, afin d'optimiser la compétitivité de leur industrie, et par conséquent leur attractivité pour les investisseurs - pour les employeurs -, les États sont rapidement incités à étalonner leurs législations nationales en fonction, exclusivement, de critères de profitabilité. Ce qui peut notamment les amener : *i*) à opérer des réductions drastiques de leur fiscalité ; *ii*) à procéder au démantèlement progressif des dispositifs de protection sociale des travailleurs ; sinon même *iii*) à supprimer localement toute législation sociale, par la création de zones franches bénéficiant de statuts d'extraterritorialité - permettant des dévaluations sociales extrêmes pour la construction d'avantages comparatifs.

La mondialisation des marchés confère effectivement aux entreprises un pouvoir de négociation permettant l'exercice de pressions souvent décisives sur les États nationaux, pour qu'ils procèdent à la révision de leurs normes du travail, qu'ils concèdent des conditions optimales d'investissement. Le cas est bien connu pour les pays en voie de développement (PED) - les maquiladoras en constituant l'un des exemples les plus marquants ; et est moins connu mais tout aussi effectif pour ce qui est des pays développés. C'est ainsi que, lors des négociations en vue de son implantation, l'entreprise Eurodisney tenta d'obtenir du gouvernement français la création d'une zone territoriale non soumise au droit du travail national... Souvent, les États cèdent finalement à ces demandes pour capter l'investissement direct, encourager les implantations et décourager les délocalisations : en 1993, la firme Hoover s'est engagée dans un transfert de ses activités françaises vers l'Écosse - ayant négocié un accord permettant des conditions salariales inférieures de 30 % à

celles prévalant alors en France, ainsi qu'une paix sociale pour plusieurs années... Plus généralement, la définition de normes de travail comparativement peu contraignantes permit au Royaume-Uni de capter, sur le début de la dernière décennie, près de 40 % des investissements américains et japonais réalisées en Europe, et près de 50 % des investissements coréens et taiwanais (Robin, 1997).

L'effectivité des mécanismes juridiques étant conditionnée par les limites territoriales, nationales, la mondialisation de l'économie menace donc le droit du travail - entendu comme ensemble des règles étatiques s'appliquant à la prestation de travail salariée et ayant comme fonction première la protection du salarié « contre les iniquités et les abus que peut engendrer le libre marché dans la détermination des conditions de travail » (Moreau & Trudeau, 1998). Le droit prétorien français n'a ainsi finalement pu qu'admettre et reconnaître la légitimité des décisions motivées par la nécessité (la rationalité) d'une organisation internationale des activités de production (Del Sol, 1995). Dans ses arrêts rendus le 5 avril 1995, la Cour de cassation - étant appelée à se prononcer sur l'analyse juridique des délocalisations dans une affaire où la société Thomson avait décidé, afin de demeurer dans un secteur d'activité très compétitif, de supprimer en France des chaînes de production pour les transférer au Brésil -, reconnu la légitimité des licenciements économiques, au titre de la préservation de la compétitivité de l'entreprise face à la mondialisation des marchés.

Au total, les États sont dorénavant en compétition pour attirer l'investissement, et le contenu des réglementations nationales du travail fait partie de cette compétition. La mondialisation donne aux entreprises la possibilité de prendre en considération le contenu des réglementations étatiques locales en matière de travail, avant de décider d'un lieu d'investissement ou d'établissement. Ce qui soumet à de fortes pressions les gouvernements des pays dont la réglementation du travail est socialement avancée. Certes, des systèmes de régulation juridique sont envisageables. Il en est ainsi notamment des dispositions permettant : 1) de proposer un contrôle de la décision de délocalisation - la législation sur le licenciement économique obligeant notamment l'employeur à communiquer aux représentants du personnel tous les documents utiles à la compréhension de la décision patronale ; et 2) d'imposer à l'employeur de supporter le coût social de la délocalisation - l'obligation de reclassement, qui s'applique à tous les licenciements économiques comme une obligation implicite du contrat de travail, visant à atténuer significativement les conséquences de ce choix pour les salariés (Moreau & Trudeau, 1998). Pour autant, les possibilités d'un contrôle plus serré des suppressions d'emplois et de leurs conséquences sociales sur le territoire national sont nécessairement très limitées - comme en témoignent les récents débats autour de la loi sur la modernisation sociale. En dehors des questions constitutionnelles sur la liberté d'entreprendre, le risque de ces dispositifs est effectivement de provoquer une diminution drastique des flux entrants de l'investissement direct et une augmentation des flux sortants - autrement dit, de provoquer à défaut d'une destruction d'emploi sur le court et moyen terme, une diminution des créations d'emploi et une augmentation finalement des pertes d'emploi sur le long terme.

Autrement dit, relativement à l'hypothèse H1, l'effort social ne se justifie pas, actuellement, par l'anticipation d'une forte régulation exogène, d'ordre juridique, du système de jeu concurrentiel. Sa légitimité économique, si elle existe, doit être plutôt recherchée dans la possibilité de construction d'avantages comparatifs.

2. L'investissement éthique comme facteur d'avantages concurrentiels

L'effort social s'avère d'emblée au fondement de la construction d'avantages concurrentiels sur les marchés : 1) du capital ; 2) du travail ; 3) des produits. Seul le dernier est ici étudié - et ce, dans une perspective nouvelle au regard des travaux actuellement développés sur ce thème.

En rappel, auparavant, il convient d'observer que : 1) la mobilité du capital est de plus en plus fonction du respect de critères autres que purement financiers - i.e. des critères éthiques, intégrés dans le screening des entreprises à la demande d'actionnaires de plus en plus sensibilisés à la question des conditions de travail ; 2) la mobilisation des ressources humaines et les coûts de mobilité des travailleurs apparaissent positivement fonction de l'effort social consenti par l'entreprise. En d'autres termes, l'effort social est : quant à 1) un facteur de discrimination des entreprises, sur le marché des

capitaux, supportant le financement de leurs investissements productifs ; et quant à 2) un facteur d'accroissement de la productivité marginale du travail, et de réduction significatif des coûts liés à l'absentéisme et au roulement de personnel (Barber et alii, 1999 ; Huselid, 1995 ; Huselid & Becker, 1996 ; Pfeffer, 1994, 1998).

Pour ce qui est du marché des produits, la question de l'existence ou non d'un avantage concurrentiel dans la réalisation d'investissements éthiques doit être traitée au travers l'examen des implications, pour les stratégies de développement industriel, de phénomènes de contestation sociale ou politique, *lato sensu*, de modes de production - plus précisément de systèmes de gestion des ressources humaines -, auxquels sont imputés des risques d'atteinte à l'intégrité physique et morale des individus et, plus largement, des violations caractérisées des droits de l'homme.

2.1 Contestabilité politique de la GRH et émergence d'une demande éthique

Dans les marchés très concurrentiels, définis par une logique de compétition-coût, les entreprises sont soumises à la pression d'une allocation optimale des dépenses de production et de commercialisation. L'obtention d'un coût de revient minimal est en ce cas l'objectif le plus rationnel pour garantir la viabilité des affaires. En conséquence de quoi, l'effort social peut alors apparaître comme une pénalité, pesant sur la réalisation d'un prix attractif et par conséquent sur la compétitivité des entreprises. Et ce, d'autant plus que l'élasticité de la demande au prix est élevée.

Or, c'est justement ce qui est apparu au début des années 1990 - le comportement du consommateur se rationalisant fortement sous l'effet, notamment, de la crise économique - plaçant les attributs prix et qualité des produits en tête des agendas décisionnels. La décision prise par Marlboro, le 2 avril 1993, de réagir à la pression concurrentielle en baissant très significativement le prix de ses produits (de 20 %...), entraîna immédiatement un débat sur la légitimité des politiques de marque - sur la pertinence économique des investissements insistant sur la dimension immatérielle des produits de consommation. Autrement dit, la typologie traditionnelle des stratégies, opposant compétition-coût et compétition hors-coût, devint obsolète en de nombreux secteurs économiques, les marques étant contraintes à l'adoption d'une logique d'EDLP¹. Logique impliquant elle-même une compression des coûts et donc une intensification du travail avec, pour les secteurs économiques à faible intensité capitaliste, une obligation de délocalisation vers les zones franches, pour une sous-traitance de la production par des entreprises pouvant assurer une très faible rémunération du travail...

Or, des évolutions se font cependant actuellement jour, qui manifestent une (nouvelle) mutation des critères de choix des consommateurs - ceux-ci intégrant à présent des paramètres éthiques outre ceux économiques dans leurs processus décisionnels (Rocheffort, 1996). La consommation engagée progresse en conséquence, tandis que les enquêtes sont convergentes qui, régulièrement, annoncent des résultats tels que :

- 1) près de 70 % des consommateurs français déclarant accepter de surpayer les produits fabriqués dans des conditions "socialement acceptables", proportion en progression continue²;
- 2) près de 70% des consommateurs américains déclarant ne pas vouloir acheter des produits des entreprises socialement non responsables, y compris en contrepartie de réductions de prix³ ;
- 3) plus de 70% des consommateurs français se déclarant prêts à faire pression sur les gouvernements, à ne pas acheter les produits élaborés dans des conditions insatisfaisantes⁴ et à surpayer les produits d'importation élaborés dans des conditions décentes - en moyenne 15 % de plus (prix compris entre 35 et 75 F)⁵ ;

1. EDLP pour Every Day Low Price - politique consistant, pour les entreprises adoptant des stratégies de différenciation, selon la taxinomie devenue usuelle, à simultanément s'engager dans une logique de compétition-coût afin d'optimiser le rapport qualité-prix et, plus généralement, la valeur pour le consommateur.

2. <http://www.crc-conso.com/debut.htm>

3. Walker Research, 1994 : http://www.conferenceboard.ca/ccbc/csr_topic/csr_findings.htm

4. <http://www.fraternet.org/ccfd/>

5. <http://www.crc-conso.com/debut.htm>

4) près de 84 % des consommateurs américains déclarant accepter de surpayer des produits (21 \$ au lieu de 20 \$) - contre l'assurance d'une fabrication sans exploitation des employés⁶... Par ailleurs, simultanément à l'émergence de cette sensibilité, sinon de cette demande, de plus en plus d'ONG s'engagent actuellement dans la mise en transparence des systèmes de production, des conditions de travail et de rémunération du travail, etc. - et assurent la diffusion des informations ou rapports d'enquête auprès du public en profitant largement du développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Ces récentes évolutions ont deux effets stratégiques immédiats :

- 1) une exposition accrue des entreprises à des risques de discrimination négative de leur offre, du fait d'une gestion inhumaine de leur personnel ou des salariés travaillant pour elles, dans des réseaux mondiaux de sous-traitants ;
- 2) une opportunité de construction d'avantages concurrentiels par l'élaboration de chartes sociales, de codes de conduite, permettant une labellisation sociale de l'offre commerciale.

2.2 Pénalités marchandes liées à l'absence d'effort social

Quant au premier point, les exemples s'accumulent d'entreprises déstabilisées par des campagnes médiatiques dénonçant aujourd'hui les conditions de travail observées dans leurs usines ou les usines de leurs fournisseurs. Ainsi notamment :

- 1) de Gap, en 1995, subissant les pressions exercées par le National Labor Committee, de New York, groupe de solidarité avec les travailleurs d'Amérique centrale dénonçant les conditions de travail organisées par ses sous-traitants du Salvador ;
- 2) de Nike, en 1996, soumis à la pression de l'organisation canadienne "Développement et Paix" et d'un groupe d'investisseurs religieux américains, le "Interfaith Center on Corporate Responsibility", dénonçant les conditions de travail organisées en Indonésie ;
- 3) de Levi Strauss, en 1996, soumis également à la pression de "Développement et Paix" (Compa, 1996) ;
- 4) de Triumph, en 2002, contraint à se désengager de la Birmanie - où les droits humains sont systématiquement et massivement violés. Les déstabilisations sont d'autant plus fortes que les entreprises ont réagi au risque de compétition-coût en devenant des courtiers en signification - par des efforts de différenciation symbolique leur permettant de construire des situations de concurrence monopolistique autour de promesses non fonctionnelles (Klein, 2001). Pour la restauration de leurs marges, les entreprises ont de fait massivement communiqué sur un "réenchantement" du monde, sur la livraison, par leur offre commerciale, de clés d'accès à de nouveaux imaginaires : des univers socio-culturels, des styles et des modes de vie, des identités sociales (Weil, 1993).

A contrario de ce mouvement "d'éthération", la pression développée par les ONG, pour une "ouverture de boîte noire", contraint à présent les entreprises à ne plus seulement s'occuper du développement d'actifs immatériels, mais à également se préoccuper des aspects matériels de l'activité économique - des conditions de production des biens qui supportent physiquement les marques et donc, incidemment, des conditions de travail des personnels directement ou indirectement employés. Ce qui, en première instance, peut engendrer un effet positif d'ordre macro-économique - tenant à ce que si, aujourd'hui, pour chaque secteur d'activité ou presque, l'offre commerciale croît significativement en qualité et en quantité, elle n'encontre plus qu'une demande limitée par une excessive propension à épargner. Ceci paraissant traduire l'anxiété d'une population confrontée à des pratiques managériales en contradiction avec ses fondamentaux culturels (Todd, 1998 ; Robert-Demontrond, 2001). En d'autres termes, si la valeur créée par les firmes pour leurs clients n'a jamais été aussi élevée, les modalités de création de cette valeur engendrent finalement les conditions d'une non-consommation. Ce qui a d'emblée des effets déflationnistes importants : i) sur le marché des produits, afin de rendre ceux-ci plus attractifs ; et donc ii) sur le marché des facteurs de production, afin de significativement préserver les marges, malgré les baisses de prix consenties. Avec alors un effet revenu négatif sur la consommation qui,

6. Walker Research, 1994 : http://www.conferenceboard.ca/ccbc/csr_topic/csr_findings.htm

venant accroître encore les déséquilibres de marché, implique finalement pour les firmes le suivi d'une logique d'hypercompétition (D'Aveni, 1995). Dans cette perspective donc, l'adoption généralisée d'une politique de responsabilité sociale paraît rationnelle.

2.3 Profitabilité liée à l'émergence d'une demande éthique

En conséquence de ce que, de plus en plus, les consommateurs attendent des produits mis sur le marché qu'ils respectent des critères éthiques et que leur mode de production, quelle que soit la localisation géographique, soit conforme aux droits sociaux fondamentaux, l'effort social peut être commercialement supporté par un système d'étiquetage - autrement dit par des labels et des certificats de promotion d'une production socialement responsable. Système qui, pour être pertinent, implique que les labels en question ne soient octroyés qu'à condition que l'ensemble de la chaîne de production remplisse des critères de test - i.e., non pas seulement l'entreprise demandant la labellisation, mais également ses fournisseurs et ses sous-traitants.

En pratique, cette information, résultant de ce que l'on appellera à présent l'investissement éthique des entreprises (leur communication commerciale sur leur effort social), peut être émise par :

- 1) les entreprises elles-mêmes, qui communiquent sur leurs engagements et assurent la vérification de leur charte sociale auprès de leurs sous-traitants ;
- 2) des organismes indépendants d'évaluation et de certification - comme le CEPAA (Council On Economic Priorities Accreditation Agency), qui propose une norme sociale (SA 8000) et informe consommateurs et investisseurs individuels des modes de production des entreprises ;
- 3) des organismes indépendants, des organisations non gouvernementales, assurant la vérification des engagements et organisant une pression continue sur les entreprises pour qu'elles les respectent effectivement ;
- 4) des médias, tout particulièrement des revues et des publications des associations de consommateurs et des mouvements consuméristes ;
- 5) des organisations gouvernementales et supra-gouvernementales, finalement, comme l'OIT.

Encore faut-il noter, quant au point 1), que la plupart des entreprises s'opposent actuellement au principe d'une vérification indépendante de leurs engagements - arguant notamment d'une ingérence indue dans leurs affaires. Pour suivre ici sur les exemples traités plus avant, le code de conduite de Levy's, institué en 1992 consécutivement à la révélation de conditions de travail inhumaines dans des manufactures implantées en Chine a ainsi été régulièrement violé depuis. Et Levy's, après avoir très médiatiquement dénoncé le non respect des droits de l'homme en Chine et avoir en conséquence décidé de quitter le pays, y est depuis revenu - fermant incidemment des manufactures en France, dans des conditions d'ailleurs très contestées... De même, lorsque les travailleurs de Corée et de Taiwan ont finalement pu obtenir de meilleurs niveaux de rémunération, Reebok et Nike ont délocalisé massivement leur production vers l'Indonésie, la Chine et la Thaïlande - et se projettent à présent vers le Vietnam, où les salaires sont encore plus bas qu'en Indonésie. Ce comportement est courant : les entreprises installées dans les zones franches sont souvent qualifiées à présent de "companies on wheels", s'empressant de s'envoler vers des lieux "plus cléments" dès lors que les avantages s'amenuisent - i.e. dès lors que les possibilités de sous-rémunération du travail se réduisent.

Quant au point 2), si l'adoption d'une norme universelle est couramment présentée comme devant prévenir la rédaction de codes de conduite s'avérant sur le fond trop laxistes - comme, pour l'essentiel, ceux actuels, incomplets quant aux droits syndicaux, aux problèmes de discrimination, de niveau minimal de rémunération et de niveau maximal de travail - les enjeux économiques et les divergences axiologiques, socio-culturelles, sinon civilisationnelles, sont tels que l'accord sur une norme, s'il se fait jamais, risque fort de ne finalement se faire, justement, que sur des bases minimales. C'est ainsi, pour illustration, que le droit de grève est très régulièrement ignoré des protocoles d'audit social et de construction des normes et chartes sociales, parce que non pris en considération aux États-Unis - alors même que son importance paraît souvent d'évidence pour les Européens.

Quant au point 3), les cas d'entreprises qui, telles GAP, ont finalement accepté la vérification indépendante de leur code de conduite, restent encore très marginaux. Pour l'essentiel, les entreprises exposées à une contestabilité politique de leur système de production - comme Adidas, Nike et Reebok, etc. -, font effectuer des contrôles ponctuels de l'application de leurs codes de conduite respectifs par leurs propres collaborateurs et par des sociétés d'audit qu'elles sélectionnent elles-mêmes.

Quant au point 4), le contrôle par les médias de la réalité de l'effort social est limité par leur dépendance financière, actionnariale et commerciale - au travers les pressions publicitaires - à l'égard des grands groupes industriels (Coignard & Wickham, 1999 ; Tailleur, 1999). Les annonceurs, ainsi que le note Halimi (1997), n'hésitent plus à présent à exiger de certains titres le sommaire de leur numéro à venir, et à indiquer que les sujets n'ayant pas leur assentiment exposeront les journaux les traitant à des sanctions financières... Au niveau individuel même, en dehors donc de toute politique rédactionnelle, la précarisation professionnelle des journalistes influe également sur le contenu de l'information - beaucoup trouvant dans l'établissement de relations privilégiées avec les dirigeants des grands groupes industriels un statut social compensant significativement la faiblesse de leurs revenus (Accardo et alii, 1998)...

Quant au dernier point évoqué, le contrôle par l'OIT est notamment limité par le fait que ses fonctionnaires ne peuvent jamais enquêter que si, et seulement si : 1) une plainte pour infraction au droit du travail est déposée à l'OIT ; 2) les conventions enfreintes ont été préalablement ratifiées ; 3) le gouvernement en place accorde à l'OIT la possibilité d'envoyer une commission d'enquête. Or : 1) beaucoup des membres de l'OIT n'ont ratifié qu'une partie seulement de ses conventions ; 2) beaucoup des membres de l'OIT ayant ratifié une large partie de ses conventions les appliquent de manière très laxiste ou ne les appliquent pas ; 3) les mesures d'exécution sont notoirement faibles. Par ailleurs, la définition retenue par l'OIT des droits fondamentaux pose problème. C'est ainsi que ne sont notamment pas visés, parmi les droits consacrés par la Déclaration universelle des droits de l'Homme : 1) la protection contre le chômage (art. 23) ; et 2) le droit au repos et à la limitation raisonnable de la durée du travail (art. 24) - droits précisés aux articles 7 et 8 du Pacte international de 1966, relatif aux droits économiques, sociaux et culturels. Qui plus est, la Déclaration du BIT de juin 1998 ne retient plus comme droits présentant un caractère prioritaire que : 1) la liberté d'association et la reconnaissance effective du droit de négociation collective ; 2) l'élimination de toute forme de travail forcé ; 3) l'abolition du travail des enfants ; 4) l'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession. Ce qui place l'OIT en situation de retrait relativement aux chartes et normes sociales promues par les ONG et développées par les entreprises... Et illustre clairement le risque évoqué plus avant d'une convergence finale des référentiels éthiques vers des bases minimales.

Par ailleurs, le rôle de l'OIT décline face aux institutions de Bretton Woods (FMI et Banque Mondiale), et face à l'OMC - seule institution d'envergure internationale détenant un pouvoir coercitif, de sanction économique. Ce contre quoi s'inscrit la proposition faite au Forum économique de Davos, en janvier 1999, par le secrétaire général de l'ONU, Kofi Annan, de définition des règles du jeu économique selon neuf principes essentiels, inscrits dans : 1) la Déclaration de 1948 ; 2) la Constitution du BIT ; 3) les résolutions du sommet de Copenhague sur les questions sociales, de 1995. À défaut d'être un code de conduite, cet engagement, *Global Compact*, apparaît comme un cadre de référence utile à la convergence des pratiques entrepreneuriales vers des valeurs universelles - dont l'ONU se porte garant. Il s'agit essentiellement de construire une espèce de "contrat moral", par lequel les entreprises signataires s'engagent à « embrasser, promouvoir et faire respecter une série de valeurs fondamentales touchant les droits de l'homme, les conditions de travail et l'environnement ». Mais, le projet est : 1) dénué de la précision et de la prévisibilité juridiques convenant pour que leur exécution soit associée aux règles régissant le commerce international ; 2) sans contraintes juridiques a priori - les entreprises ne s'engageant que délibérément, ce qui, techniquement, signifie soit de manière déontologique (par conditionnalité, par rationalité économique, pour gérer un risque commercial ou bénéficier d'une opportunité commerciale), soit de manière téléologique (par conviction morale), le second cas apparaissant empiriquement moins fréquent que le premier ; 3) sans contraintes juridiques a

posteriori - les entreprises n'ayant pas à signer de documents les obligeant à respecter les principes énoncés ; 4) sans contrôle du respect effectif des différents engagements souscrits par les entreprises - qui pourront donc se contenter d'une souscription symbolique au Global Compact, sans qu'aucun changement conséquent n'intervienne dans leurs comportements ; v) contraire à son projet explicite, en inclinant à l'absence de progrès social - par l'illusion entretenue d'un engagement, sans réelle attestation, des entreprises dans un processus de responsabilisation ; vi) contraire à son objet, en consacrant finalement une instrumentalisation des valeurs, en proposant les droits de l'homme comme une disposition facultative du jeu concurrentiel, éventuellement utile à la croissance économique - à l'optimisation des profits sur le long terme... Les compagnies participant à l'initiative sont censées afficher périodiquement, sur le site de *Global Compact*⁷ leurs réalisations en matière de défense des droits de l'Homme - avec possibilité pour les ONG et syndicats participant à l'initiative d'émettre des commentaires sur les affirmations des entreprises. Mais, plus d'un an à présent après le début du programme, aucune contribution ne figure sur le site en question - alors même que les entreprises se prévalent massivement, sur leurs propres pages Web, de leur partenariat avec l'ONU... De là l'obligation d'un contrôle exogène, comme celui organisé par l'ONG *CorpWatch* - qui enquête sur le comportement des entreprises partenaires de *Global Compact* et publie très régulièrement, sur son site⁸, les cas de violations manifestes des engagements pris par les entreprises.

Au total, du fait de l'actuelle asymétrie d'information, des insuffisances et inefficiences des systèmes de contrôle, de régulation et d'audit social, il apparaît une opportunité, pour les firmes, de développement de politiques de communication sur leur responsabilité sociale non proportionnée à leur réel effort social.

2.4 Profitabilité de la communication sociale liée à son antériorité

Ce qui alors compte dans l'investissement éthique est la communication sociale : non pas tant l'effort social de la firme, l'amélioration des conditions de travail et de rémunération du travail, le respect effectif des conventions de l'OIT, mais l'affirmation d'une responsabilité sociale, affichée sur les marchés. L'antériorité de cette communication est décisive pour la construction d'un avantage concurrentiel - proposition requalifiant l'hypothèse H2.1., qu'il s'agit à présent de fonder en posant : $Q(t)$ le niveau des ventes réalisées à la période t et $e(t)$ le niveau de l'effort social décidé par l'entreprise. Au regard de ce que l'on a vu plus avant, $Q(t)$ est une fonction de $e(t)$. Et l'on peut supposer l'existence d'un effet de rémanence, tel que les investissements éthiques consentis sur une période t donnée ont des effets différés sur les périodes qui suivent. Soit :

$$Q(t) = \beta_0 + \beta_1 e(t) + \beta_2 e(t-1) + \dots + \beta_k e(t-k).$$

Les effets différés des investissements effectués en $t-2$, $t-3$... sont donnés par les coefficients β_2 , β_3 ... ; β_1 exprime le rendement marginal de l'investissement éthique en courte période.

$$\text{On a : } \beta_1 = \frac{\delta Q}{\delta e}.$$

En première instance, on peut supposer que les coefficients β décroissent à taux constants selon une régression géométrique : $\beta_t = \beta_1 \cdot \lambda^{t-1}$

$$\text{De sorte que l'on ait : } Q(t) = \beta_0 + \beta_1 \lambda e^{t-1} + \beta_1 \lambda^2 e^{t-2} + \dots + U_t ; \text{ avec } \sum \beta_t = \frac{\hat{a}_1}{1 - \tilde{e}}$$

$$\text{Soit encore : } Q(t) = (1 - \lambda)\beta_0 + \beta_1 e(t) + \lambda Q(t-1) + W_t ; \text{ avec } W_t = U_t - \lambda U_{t-1}$$

L'introduction de la variable $\lambda Q(t-1)$ exprime le capital de notoriété accumulé du fait des efforts précédents de communication vers le marché. Le coefficient λ égal à la raison de la régression géométrique est une mesure du taux de rémanence de l'investissement éthique et $(1-\lambda)$ s'identifie à un taux de dépréciation. À l'optimum, les ventes de la période t tendent vers celles de la période $t-1$.

$$Q \infty = \beta_0 + \frac{\hat{a}_1}{1 - \tilde{e}} \cdot e(t) + W_t$$

7. URL : <http://www.unglobalcompact.org>

8. URL : <http://corpwatch.org/un>

Dans ces conditions, le rendement marginal de long terme est donné par l'expression :

$$\frac{\delta Q_{\infty}}{\delta e} = \frac{\hat{a}_1}{1 - \hat{e}}$$

L'élasticité e de la demande par rapport à l'investissement éthique est alors donnée par :

$$\mathcal{E} \text{ (en courte période)} = \beta_1 \frac{e}{Q} ; \mathcal{E} \text{ (en longue période)} = \frac{\hat{a}_1}{1 - \hat{e}} \cdot \frac{e}{Q}.$$

D'où il ressort que le rendement et l'élasticité de la demande sont supérieurs en longue période à la courte période. Cette approche en termes dynamiques met en évidence l'existence d'un avantage concurrentiel à l'antériorité de l'action - autrement dit, H2.1. est formellement validée. Et l'on peut alors calculer le taux interne de rendement de l'investissement éthique, noté r : il suffit à cet effet d'estimer la valeur de la recette commerciale marginale :

$$W = (p - c) \frac{\delta Q}{\delta e}.$$

Selon l'hypothèse retenue plus avant de progression géométrique décroissante des impacts, la recette commerciale par franc investi en communication sur l'effort social développé par l'entreprise est donnée par :

$$1 = W + \lambda \frac{W}{1 + \hat{e}} + \lambda^2 \frac{W^2}{(1 + \hat{e})^2} + \dots = \frac{W}{1 - \frac{\hat{e}}{1+r}} ; \text{ soit : } r = \frac{W + \hat{e} - 1}{1 - W}$$

En d'autres termes, le taux interne de rendement de la communication sur l'effort social croît avec le taux de rémanence de la communication et avec l'échéancier de profits à venir. Et l'on peut encore, pour affiner l'analyse, introduire le fait que le marché n'est pas indéfiniment extensible, et donc raisonner en termes de part de marché pour tenir compte de ce que la pression concurrentielle s'accroît progressivement. Dans cette perspective, afin de d'introduire implicitement un taux de saturation du marché, l'effet commercial de l'investissement éthique est écrit en logarithme. Soit :

$$\Delta Q = Q(t) - Q(t-1) = k + \beta_1 \lambda \log e(t-1) - (1-e)Q(t-1)$$

Si l'on désire maintenir un rythme de croissance des ventes constant, il est en conséquence nécessaire d'investir des sommes croissantes en communication - afin de lutter contre l'effet de saturation. Les derniers entrés sur le marché doivent alors concéder des sommes plus importantes que les entreprises les ayant précédé. En conséquence de quoi, l'investissement éthique apparaît renforcer les positions dominantes et, par concomitance, gêner l'entrée de futurs concurrents. Il s'agit alors d'estimer à quelle hauteur porte cette gêne.

3. Le sur-investissement éthique comme facteur d'avantage anti-concurrentiel

Si, au regard de l'actuelle situation des marchés, l'investissement éthique s'avère un facteur d'avantage concurrentiel, la question se pose à présent de savoir si le sur-investissement éthique est ou non un facteur d'avantage anti-concurrentiel. Après avoir défini les différents termes du problème, un modèle est proposé en vue de répondre à cette question (H2.2).

3.1 Définitions liminaires

Techniquement, une situation anti-concurrentielle est définie par la possibilité, pour une entreprise, de fixer des prix lui octroyant d'importants profits sans pour autant occasionner de nouvelles entrées sur le marché. En d'autres termes, pratiquement, une situation anti-concurrentielle résulte de la construction de barrières à l'entrée du marché. Ce qui, notamment, correspond à la dissuasion de l'entrée sur le marché d'entreprises concurrentes par une diminution des perspectives de profit.

En première instance (Bain, 1956), raisonnant en termes statiques, la condition d'entrée sur un marché peut être définie par la capacité des firmes installées à bénéficier de rentes sans attirer pour autant de nouveaux concurrents. Le prix optimal est alors égal au coût moyen de l'entrant potentiel - lui interdisant donc tout profit.

En seconde instance (Sylos-Labini, 1962), raisonnant en termes dynamiques, si la concurrence

potentielle mise sur une conjecture passive de type Cournot - i.e. impliquant le maintien de la production des firmes installées après l'entrée des concurrents -, on peut escompter pour effet de l'accroissement de l'offre liée à la production des nouveaux entrants une baisse mécanique des prix. Les concurrents potentiels peuvent alors estimer le risque en calculant si cette baisse de prix peut constituer une barrière à l'entrée.

En troisième instance (Porter, 1986), raisonnant en termes statiques, d'autres barrières à l'entrée que les stratégies de prix sont envisageables, telles que, notamment, la production d'une demande préférentielle - la production d'une offre dont les caractéristiques permettent de préempter la demande. Plus globalement, la dissuasion d'entrée peut être obtenue par l'accumulation, avant que n'adviennent les entreprises concurrentes, d'une quantité de capital suffisante pour rendre toute arrivée sur le marché peu profitable. Les entreprises en place sont alors fondées à surinvestir pour la construction de barrières structurelles - matérielles (actifs physiques), ou immatérielles (capital de marque) correspondant, fonctionnellement, à la définition de coûts d'entrée prohibitifs sur le marché.

En quatrième instance (Baumol, 1982 ; Baumol et alii, 1982), raisonnant en termes dynamiques, les barrières à la sortie d'un marché sont des barrières à l'entrée. Apparaît donc concurrentiel, tout marché contestable ou disputable - autrement dit, tout marché sans barrières à l'entrée et à la sortie, tout marché tel que les entrants potentiels ne sont pas désavantagés par rapport aux entreprises déjà établies - même dans le cas d'un monopole. Ainsi donc, un marché monopolistique est-il *in fine* concurrentiel, les prix pratiqués sont-ils rationnellement limités (alignés sur les coûts marginaux), afin que les profits apparents sur le marché soient faiblement attractifs, si : i) l'entrée d'un éventuel compétiteur n'est pas *de jure* ou *de facto* impossible ; et ii) le compétiteur peut, après son entrée, désinvestir sans subir de coûts irrécupérables, sortir sans encourir de pénalités. Autrement dit, il faut ici que les investissements ne soient pas irrévocables - que les actifs ne soient pas spécifiques ou idiosyncrasiques. Un entrant peut alors installer un équipement, recruter une équipe, produire et vendre en ne supportant d'autre coût que celui correspondant au coût d'usage et de dépréciation de l'équipement utilisé, puis sortir du marché dès lors que les prix deviennent concurrentiels : la terminologie "*hit and run*" évoque avec clarté cette conception d'une entrée temporaire, uniquement fondée sur la recherche d'une opportunité ponctuelle de profit. Une telle action est rationnellement conditionnée par : i) des coûts d'exploitation peu différents (absence d'économies d'échelle, de rendements croissants) ; ii) des coûts irrécupérables peu élevés (absence d'actifs spécifiques) ; iii) une réactivité limitée des entreprises en place, en termes de quantité d'offre (notamment donc, en terme de volumes de production), ou de tarification de l'offre (flexibilité des engagements contractuels). Ces conditions réalisées, l'entrant potentiel a la possibilité de pénétrer sans surcoûts le marché pour concurrencer les opérateurs historiques. Ce qui, par prévention, les contraint à discipliner les régimes de prix et les quantités proposées - comme le ferait, exactement, une concurrence pure et parfaite. En d'autres termes, les firmes établies ne peuvent réaliser de profits supra-normaux (i.e. strictement positifs après rémunération normale des facteurs de production), sans s'exposer à l'entrée d'opérateurs dont les coûts de production unitaires et les capacités de production seraient équivalentes : ces entrants seraient effectivement en mesure de capter la demande en adoptant des prix concurrentiels.

Relativement à l'espace, comme paramètre stratégique, la contestabilité économique d'un marché est donc logiquement d'autant plus forte que les entreprises sont mobiles - qu'elles ont la possibilité : i) de délocaliser leur production sans pénalités financières ; ou ii) de recourir à une sous-traitance pilotée à distance sans pénalités de qualité et sans pénalité de délais. En ces cas, typiques des industries de transformations simples, à faible intensité capitalistique, à fort coefficient de main-d'œuvre, les entreprises sont contraintes à l'adoption de logiques de compétition-coût. Or, dans ce type de secteur, plus le gradient de contestabilité économique s'accroît, plus le gradient de contestabilité politique s'accroît également. De fait, comme on l'a vu plus avant, la sensibilité des marchés aux conditions de travail est de plus en plus élevée ; le degré de tolérance sociétale à des systèmes de production ne respectant pas les critères de décence énoncés par l'OIT est de plus en plus limité. Les entreprises engagées dans une logique de domination par les coûts fondée sur l'intensification du travail et une gestion insoutenable des ressources humaines s'exposent en

conséquence à l'activisme d'ONG susceptible d'affecter significativement leurs parts de marché et leurs possibilités d'approvisionnement sur les marchés financiers.

Au total, la dissuasion repose sur deux principes essentiels : i) les concurrents ne doivent tirer aucun profit d'une décision d'entrée sur le marché ; ii) l'annulation du profit des concurrents doit être une opération rationnelle pour l'entreprise en place. Sans quoi la dissuasion n'est pas crédible. Ce qui, concrètement, signifie pour la firme pionnière la préservation à chaque période de temps d'un profit. Par sur-investissement éthique, on entend alors une configuration d'action telle que la firme s'engage dans des dépenses de communication sur sa responsabilité sociale (sur la qualité de la gestion des ressources humaines, dans ses unités de production, et/ou dans les établissements de ses sous-traitants, et/ou dans les établissements de ses fournisseurs), ne visant pas tant à préempter la demande (raisonnant en terme d'efficacité) qu'à dissuader l'offre concurrente par une pénalité sur les coûts (raisonnant alors en terme d'efficacité).

3.2 Axiomatique

On suppose ici l'existence : 1) d'une asymétrie temporelle, telle que l'investissement éthique est réalisé par l'opérateur en place avant que des compétiteurs ne prennent la décision d'entrer ; 2) d'une asymétrie d'information, telle que le comportement de l'entreprise en place constitue une donnée exogène pour celles visant l'entrée sur le marché ; 3) d'un rendement marginal strictement croissant de l'investissement éthique ; 4) par dérivé, d'économies d'échelle (par extension, et pour plus de clarté dans l'analyse des résultats, l'investissement éthique est identifié à un coût fixe) ; 5) d'une forme d'irréversibilité de l'investissement éthique (qui correspond en conséquence à un coût irrécupérable). En conséquence de quoi, le problème revient à étudier la décision d'installation sur le marché malgré des profits nuls sur une première période de temps, compte tenu de l'existence (de l'espérance) d'une somme de profits actualisés positifs. Il s'agit d'examiner si l'entreprise en place est en mesure, dans ces conditions, de bloquer l'accès au marché.

3.3 Définition du modèle

La situation concurrentielle est bornée à une opposition entre deux intervenants. Les différents compétiteurs sont figurés tels que calculant leur stratégie selon la maximisation de leurs fonctions objectifs, les décisions des autres intervenants étant supposées connues. À tout profil de stratégie est associé un cash-flow calculé par la fonction de profit. On désigne par Q_i et P_i respectivement les quantités produites par l'entreprise i et leur prix de vente ; on désigne par C_i et δ_i respectivement les coûts de revient des produits et les profits dégagés par l'entreprise i . On pose :

$$P_1 = 1 - Q_1 - \alpha Q_2 + Ne^d ;$$

$$P_2 = 1 - Q_1 - \alpha Q_2 + Ne^d ;$$

où α est un coefficient rendant compte de l'influence de l'offre de l'entrant sur l'offre du monopoleur ; on pose α proche de 0. N est un coefficient rendant compte de l'influence sur la demande de l'investissement éthique décidé par le monopoleur. On pose : $N > 0$ et $0 < d < 1$; avec d , niveau de la demande adressée à l'entreprise. On pose α proche de 0 afin de traduire l'autonomie du monopoleur relativement au compétiteur. On pose :

$$C_1 = c.Q_1 + \lambda e^k ;$$

$$C_2 = c.Q_2 + \lambda e^k ;$$

où c figure le coût marginal de production et λ le coût marginal de l'effort social. Le coefficient k rend compte de l'influence de celui-ci sur la productivité marginale du travail et du capital ; on pose : $0 < k < 1$. On pose :

$$\pi_1 = (1 - Q_1 - \alpha Q_2 + Ne^d - c).Q_1 - \lambda e^k ;$$

$$\pi_2 = (1 - Q_1 - Q_2 + Ne^d - c).Q_2 - \lambda e^k$$

On démontre alors (confère l'annexe 1) que, compte tenu de ses caractéristiques, l'investissement éthique diminue la contestabilité économique des marchés lorsque l'horizon temporel est borné à une période - autrement dit, lorsque l'on ne prend pas en considération la possibilité d'effets

dynamiques. L'intégration de ces derniers paraît cependant raisonnable dès lors que l'on suppose, comme plus avant, que la communication sur la responsabilité sociale génère des effets perdurant sur plusieurs périodes de temps. L'existence de ce phénomène de rémanence implique une extension de l'horizon temporel du jeu. Il ne s'agit plus alors de procéder à une estimation, en t_0 , des situations respectives des deux entreprises bornée à t_1 , mais également à t_2 : si le compétiteur, du fait de la constitution des barrières à l'entrée, ne peut escompter qu'un profit nul ou quasi nul à l'issue de la période t_1 , la question se pose de la possibilité d'un profit positif à l'issue de la période t_2 . Ce qu'il s'agit donc à présent d'estimer. À cet effet, on désigne par r le taux de rémanence des effets de l'investissement éthique, paramètre exogène s'imposant à l'identique aux deux entreprises. À la période 2, l'impact de l'investissement éthique consenti à la période 1 est de $N_1 re^{\delta(t-1)}$. Afin de contrer la dépréciation régulière $(1-r)$ de cet investissement, chaque entreprise doit réaliser un effort de $(1-r)\lambda e^k$ à chaque période de temps. Si l'on note $D(t)$ le montant de la demande adressée à chacune d'entre elles, on a :

$$D(t) = N_0 + N_1 e(t)^{\delta} + N_1 r e(t-1)^{\delta} + \dots \text{ avec } 0 < r < 1.$$

La valeur actualisée de la somme des investissements éthiques est égale à :

$$V = \lambda e^k + \frac{\delta(1-r)e^k}{1+\delta}$$

où δ est un taux d'actualisation. La stratégie de responsabilité sociale est optimale pour le monopoleur si la valeur actualisée de ses retours sur investissement est supérieure au montant de ses profits en cas de partage du marché avec l'entreprise adverse. En d'autres mots, l'investissement éthique est une barrière à l'entrée si :

$$\pi_1 \text{monopole} + \pi_2^d \text{monopole} - V_1 - V_2^d \geq \pi_1 \text{cournot} + \pi_2^d \text{cournot}$$

La stratégie d'entrée sur le marché est optimale si la somme actualisée des profits est positive :

$$\pi_1 \text{cournot} + \pi_2^d \text{cournot} > V_1 - V_2^d$$

L'établissement des solutions implique le calcul de l'équilibre de Nash en t_2 . On démontre à nouveau (annexe 2) que l'investissement éthique réduit le gradient de contestabilité économique des marchés. En d'autres termes, l'hypothèse H2.2. est *formellement* validée⁹.

Conclusion

Au total, il s'avère ici que les variations des gradients de contestabilité politique et économique sont positivement corrélées : situation intellectuellement confortable, non dilemmatique. Tout choix de couverture relativement à une forme donnée de contestation tend de fait à réduire automatiquement l'exposition à l'autre forme. Ce qui, d'emblée, signifie que les firmes n'ont pas à veiller, constamment, à ne pas allouer leur attention stratégique à une seule des deux formes canoniques de contestabilité - qu'elles n'ont pas à traiter en parallèle, simultanément les deux problèmes et peuvent succomber au risque endémique de l'"attention séquentielle aux buts" (Cyert & March, 1963)...

Ce qui ne signifie pas, à terme, l'absence d'apparition de problèmes altérant significativement la donne stratégique. Paradoxalement, le sur-investissement éthique peut de fait négativement affecter le bien-être collectif. Au regard de ce que l'on vient plus avant de montrer, l'effort de soutenabilité sociale s'avère effectivement opérer comme un facteur de réduction du gradient de contestabilité économique des marchés. En d'autres termes, le sur-investissement éthique a des effets anti-concurrentiels - ce qui confère aux entreprises l'opportunité d'une pratique de prix supra-normal, pénalisant les consommateurs. Se produit alors un sur-transfert de revenu, des consommateurs aux entreprises¹⁰ - qui peut correspondre à une perte sociale si les fonds ainsi obtenus sont

9. Le gradient de contestabilité économique du marché est fortement fonction du taux de rémanence de la communication développée sur la responsabilité sociale de l'entreprise : si ce dernier est élevé, l'entrée est dissuadée, sinon les entreprises ont intérêt à créer une solution d'entente tacite.

10. Ce sur-transfert est défini par le module $(dP - dQ)$; avec dP , écart entre le prix de monopole et le prix de concurrence et dQ , écart entre la quantité de monopole et la quantité de concurrence, le monopole étant acquis par l'investissement éthique.

essentiellement dépensés en investissements non productifs (i.e., si les entreprises ne réalisent pas véritablement l'effort social sur lequel elles communiquent). Ce qui, au regard de ce que l'on a vu plus avant, paraît dès à présent assez fréquent, et paraît surtout un comportement très rationnel et donc probable dès lors que les contrôles, notamment les systèmes d'audit social, sont déficients. Les coûts sociaux sont par ailleurs d'autant plus forts que l'élasticité prix de la demande est faible et que les prix de monopole sont supérieurs aux prix établis en concurrence. Autrement dit, les coûts sociaux sont d'autant plus forts que les consommateurs sont sensibles aux conditions de travail, font confiance aux labels sociaux comme éléments d'information fiables sur les conditions de travail, et acceptent de surpayer les produits étiquetés de labels sociaux.

Paradoxalement encore, au regard de ce sur quoi l'on a conclu plus avant, l'investissement éthique peut également s'avérer affecter négativement la profitabilité des entreprises dans la mesure où le positionnement élaboré est très peu compatible avec l'engagement, en cas d'apparition de nouveaux concurrents, d'une stratégie d'hypercompétition - i.e. de comportements de prédation, marqués par une très forte réduction des prix pour l'élimination des compétiteurs. En d'autres termes, l'investissement éthique peut s'avérer un facteur de contestabilité économique en tant que la crédibilité d'une option stratégique est diminuée...

La situation devient alors complexe : l'investissement éthique, la communication sur la responsabilité sociale de l'entreprise devient un signal de contestabilité économique si l'entreprise réalise effectivement l'effort social sur laquelle elle s'engage publiquement. Ses possibilités de diminution des prix sont de fait alors matériellement réduites, tandis que le positionnement pris est incompatible avec l'adoption d'une politique agressive de compétition-coût. Et si l'entreprise cherche à se dégager de sa contrainte sur les coûts fixes par une réduction de son effort social avec préservation de son niveau d'investissement éthique, elle accroît sur le long terme sa contestabilité politique. Ceci, d'autant plus probablement que ce type de comportement est adopté : car ce faisant, l'agenda décisionnel des consommateurs et des investisseurs est construit autour de la question de la responsabilité sociale des entreprises. Celles communiquant (investissant) sur ce thème sont dès alors l'objet d'un screening plus serré, pénalisant les firmes dont l'effort social est inférieur aux engagements publiés.

Ce que l'on commence incidemment à observer - et ce qui, concrètement, paradoxalement encore, signifie que, sur le court terme, les entreprises minimisant leur effort social et ne réalisant pas d'investissement éthique sont les plus compétitives... Observation que souligne d'ailleurs l'OIT, qui commence à s'inquiéter, légitimement si l'on en croit le présent raisonnement, de l'arbitraire des campagnes de pression médiatique, qui ne visent en pratique que les entreprises dotées d'un fort capital immatériel, en terme d'image de marque - capital à préserver. Le système de régulation sociale que constitue le marché ne bénéficie donc pas, ou marginalement : 1) aux ouvriers ne travaillant que pour le marché intérieur, et non pas à l'exportation, pour ces multinationales ; et 2) aux ouvriers travaillant pour des multinationales engagées dans des créneaux de compétition-coût, sans communication sur les marques et sans rédaction de chartes sociales. Autant de situations dont le traitement implique finalement toujours plus de vigilance de la part des acteurs engagés dans la recherche d'un développement socialement soutenable de l'activité économique.

Bibliographie

- Accardo A., et al.** (1998), "Journalistes précaires", Bordeaux, *Le Mascaret*.
- Bain J.** (1956), "Barriers to new competition", Cambridge University Press.
- Barber L., Hayday S., Bevan S.** (1999), "From people to profits", London, *The Institute for Employment Studies*.
- Baumol W.J., Panzar J., Willig R.** (1982), "Contestable markets and the theory of industrial structure", New York, *Harcourt Brace Jovanovitch*.
- Baumol W. J.** (1982), "Contestable markets : Un Uprising in theory of the industry structure", *American Economic Review*, 72, p. 1-15.
- Chamberlin E. H.** (1933), "The Theory of Monopolistic Competition", Cambridge, *Harvard University Press*.
- Chamberlin E. H.** (1954), "Monopoly and Competition and their Regulation", Londres, *MacMillan*.

- Coignard S., Wickham A.** (1999), "L'Omerta française", Paris, Albin Michel.
- Compa L.** (1996), "Les codes de conduite dans les sociétés multinationales américaines : les exemples de Levi Strauss & Co. et Reebok Corp.", *Bulletin de droit comparé du travail et de la sécurité sociale*, p. 180-193.
- D'Aveni R.** (1995), "Hypercompétition", Paris, Vuibert.
- Del-Sol M.** (1995), "L'obligation prétorienne de reclassement en matière de licenciement économique", *J.C.P.*, I-498.
- Demil B.** (1998), "Le pionnier et les suiveurs", *RFG*, juin, p. 107-116.
- Dixit A.** (1982), Recent developments in oligopolistic theory, *American Economic Review*, may, p. 12-17.
- Frederick W.C.** (1994), "From CSR1 to CSR2, the maturing of business-and-society thought", *Business & Society*, 33, 2, p. 154-164.
- Halimi S.** (1997), "La publicité, c'est la liberté", *Le Monde diplomatique*, juin, p. 29
- Huselid M. A.** (1995), "The impact of human resource management practices on turnover, productivity and corporate financial performance", *Academy of Management Journal*, 38, 3, p. 635-672.
- Huselid M. A., Becker B. E.** (1996), "Methodological issues in cross-sectional and panel estimates of the human resource-firm performance link", *Industrial Relations*, 35, 3, p. 400-422.
- Klein N.** (2001), "No Logo, la tyrannie des marques", Paris, Leméac/Actes Sud.
- Moreau M.-A., Trudeau G.** (1998), "Le droit du travail face à la mondialisation de l'économie", *Relations industrielles*, 53, 1.
- Nehrt C.** (1996), "Timing and intensity effects of environmental investments", *Strategic Management Journal*, 17, p. 535-547.
- Pfeffer J.** (1998), "The Human Equation", Boston, HBS Press.
- Pfeffer J.** (1994), "Competitive advantage through people", Boston, HBS Press.
- Porter M.** (1986), "L'avantage concurrentiel", Inter-Éditions.
- Robert-Demontrond P.** (2001), "Pénibilité de la rationalité : rappel des effets sur la santé de la flexibilisation du travail", *Gestion 2000*, 1, p. 153-187.
- Rochefort R.** (1996), "La consommation engagée progresse", *Consommation et Modes de vie*, Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie, n° 106.
- Sylos-Labini P.** (1962), "Oligopoly and Technical Progress", Cambridge, Harvard University Press.
- Tailleur J.-P.** (1999), "Journalistes économiques sous surveillance", *Le Monde diplomatique*, septembre, p. 26.
- Todd E.** (1998), "L'illusion économique", Paris, Gallimard.
- Weil P.** (1993), "À quoi rêvent les années 90", Paris, Seuil.

Annexe 1

La définition de l'action optimale du monopoleur implique la détermination des réactions optimales de l'entreprise adverse, puis la maximisation de la fonction de profit du monopoleur compte tenu de cette réaction. Il s'agit donc, en un premier temps, de résoudre le problème suivant :

$$\text{Max } Q_2 \text{ (} \delta_2 = (1 - Q_1 - Q_2 + Ne^d - C).Q_2 - \lambda e^k \text{)}$$

Les conditions de premier ordre s'écrivent : $\frac{\delta \delta_2}{\delta Q_2} = 0$; soit : $Q_2 = \frac{1 - Q_1 + Ne^d - C}{2}$

Les conditions de second ordre s'écrivent : $\frac{\delta_2 \delta_2}{\delta Q_2} < 0$; et sont satisfaites ici.

On porte la fonction de réaction de l'entreprise 2 dans la fonction de profit de l'entreprise 1 pour définition de son action optimale :

$$\text{Max } Q_1 \text{ (} 1 = (1 - Q_1 - \alpha Q_2 + Ne^d - C).Q_1 - \lambda e^k \text{) équivaut alors à}$$

$$\text{Max } Q_1 \text{ (} \delta_1 = \frac{2 - \alpha}{2} (1 - Q_1 + Ne^d - C).Q_1 - \lambda e^k \text{)}$$

Les conditions de premier ordre s'écrivent : $\frac{\delta \delta_1}{\delta Q_1} = 0$;

soit : $Q_1 = \frac{(1 + Ne^d - C)}{2}$

Les conditions de second ordre s'écrivent : $\frac{\delta_2 \delta_1}{\delta Q_1^2} < 0$;

et sont satisfaites ici puisque $\frac{\delta_2 \delta_1}{\delta Q_1^2} = -2 + \alpha$ avec $0 < \alpha < 1$.

On a alors : $P_1^* = \frac{2 - \alpha}{2} (1 + Ne^d - C) + \frac{C}{4}$ et $\delta_1^* = \frac{2 - \alpha}{2} \frac{(1 + Ne^d - C)^2}{2}$

La valeur optimale de Q_2 est calculée en portant la production du monopoleur dans la fonction de production de l'entreprise 2, soit :

$$Q_2^* = \frac{(1 + Ne^d - C)}{4} = \frac{Q_1}{2}$$

De là on tire : $P_2^* = \frac{(1 + Ne^d - 3C)}{4}$ et $\delta_2^* = \frac{(1 + Ne^d - C)^2}{2}$

L'équilibre de Nash correspond aux décisions stratégiques telles que :

$$Q_2^* = 0 \text{ si } \lambda e^k \geq \delta_2^* ; \text{ sinon } Q_2^* = \arg \max (Q_1, P_1 - c, Q_1 - \lambda e^k) ; \lambda e = \delta_2^*.$$

Si la valeur des coûts d'entrée égale le profit de l'entrant, le profit de l'entreprise 1 est un profit de monopole égal à $P_m - I_e$. La pratique d'un investissement éthique, accroissant les coûts fixes des entreprises, correspond à une stratégie optimale sous condition que l'on ait $P_m - \lambda e > P_c$, où P_c désigne les profits de l'entreprise 1 lorsque $e = 0$. Or, comme on vient de le montrer à l'instant, cette condition est toujours vérifiée. Par conséquent l'investissement éthique constitue une barrière à l'entrée.

CQFD.

Annexe 2

On considère :

- 1) qu'il n'y a pas de résultat observable sur la même période de temps que les efforts réalisés (existence d'une résistance inertielle du marché)
- 2) qu'il existe un effet d'hystérésis, autrement dit une rémanence des efforts ;
- 3) que les effets s'estompent progressivement dans le temps.

Calcul de l'équilibre de Nash en période 2

En période 2, deux situations sont à envisager :

- soit 1) l'entreprise en place a décidé de ne pas réaliser de sur-investissement éthique - auquel cas, deux situations sont à envisager : soit le suiveur n'entre pas et le leader gagne un profit de monopole, soit le suiveur entre et contraint le leader à un partage du marché ;
- soit 2) l'entreprise pionnière a opté pour un sur-investissement éthique - auquel cas les deux entreprises calculent leur quantité d'équilibre à l'aide de leur fonction de profit. L'équilibre en question est de type Cournot-Nash, en ce que les compétiteurs choisissent simultanément leur variable de décision.

On pose : $Q_1(t_2) = 1 - P - Q_2(t_2) + Ne^d$ et $Q_2(t_2) = 1 - P - Q_1(t_2) + Ne^d$

On pose : $C_1(t_2) = c, Q_1(t_2) + (1 - r) \cdot \lambda e^k$ et $C_2(t_2) = c, Q_2(t_2) + (1 - r) \cdot \lambda e^k$

Les deux entreprises sont supposées ne s'intéresser qu'à leur propre profit, de sorte que les quantités optimales $Q_1(t_2)$ et $Q_2(t_2)$ sont déterminées par la résolution du problème :

$$\max \delta (Q_1(t_2)) = [(1 - Q_1(t_2) - Q_2(t_2) + Ne^d - c) \cdot Q_1(t_2)] - [(1 - r) \cdot \lambda e^k]$$

Pour l'action de l'entreprise 1, les conditions de premier ordre s'écrivent :

$$\frac{\delta \delta (Q_1(t_2))}{\delta Q_1(t_2)} = 0 ; \text{ soit : } Q_1(t_2) = \frac{(1 - Q_2(t_2) + Ne^d - c)}{2}$$

Pour la réaction de l'entreprise 2, les conditions de premier ordre s'écrivent :

$$\frac{\delta \delta (Q_2(t_2))}{\delta Q_2(t_2)} = 0 ; \text{ soit : } Q_2(t_2) = \frac{(1 - Q_1(t_2) + Ne^d - c)}{2}$$

La solution d'équilibre est donnée par l'intersection des courbes d'action et de réaction ; on a alors :

$$Q_1(t_2) = Q_2(t_2) = \frac{(1 + Ne^d - c)}{3} ; \delta (Q_1(t_2)) = \delta (Q_2(t_2)) = 2 \frac{(1 + Ne^d - c)}{3} - (1 - r) \cdot \lambda e^k$$

Calcul de l'équilibre de Nash en période 1

Si l'entreprise en place a opté pour un sur-investissement éthique, les gains actualisés peuvent être estimés par la relation :

$$\delta(Q_1) = \delta(Q_1(t_1)) + \delta\left(\frac{Q_1(t_2)}{1+\bar{a}}\right); \delta(Q_2) = \delta(Q_2(t_1)) + \delta\left(\frac{Q_2(t_2)}{1+\bar{a}}\right)$$

avec δ , taux d'actualisation. Le problème de l'entreprise 2 consiste en une maximisation de sa fonction de profit, soit :

$$\text{Max } Q_2(t_1), e(\delta(Q_2(t_1)) + \delta\left(\frac{Q_2(t_2)}{1+\bar{a}}\right))$$

avec $i = 1, 2$ et D variable booléenne qui traduit la décision d'entrer ou non sur le marché. Pour rappel, on note V la valeur actualisée de l'investissement éthique.

$$\text{Si } D = 1 \text{ et } V > 0, \delta_2 = \delta(Q_2(t_1)) + \delta\left(\frac{Q_2(t_2)}{1+\bar{a}}\right) \cdot \lambda e^k;$$

$$\text{sinon, si } V = 0, \delta_2 = \delta_{\text{cournot}}(Q_2(t_1)) + \delta_{\text{cournot}}\left(\frac{Q_2(t_2)}{1+\bar{a}}\right).$$

Si $D = 0$, alors $2 = 0$ et l'entreprise 1 maximise son profit en fonction des contraintes de quantité de production et de sur-investissement éthique. Soit, formellement :

$$\text{Max } Q_1(t_1), e(\delta(Q_1(t_1)) + r\left(\frac{Q_1(t_2)}{1+\bar{a}}\right)).$$

$$\text{Si } V = 0, \delta(Q_1) = \delta_{\text{cournot}}(Q_1(t_1)) + \delta_{\text{cournot}}\left(\frac{Q_1(t_2)}{1+\bar{a}}\right) = \delta(Q_2).$$

$$\text{Si } V > 0, \delta(Q_1) = \delta_{\text{monopole}}(Q_1(t_1)) + \delta_{\text{monopole}}\left(\frac{Q_1(t_2)}{1+\bar{a}}\right) - V.$$

La résolution de la première phase du jeu correspond à celle formulée plus avant (annexe 1) :

$$Q_1(t_1) = \arg \text{Max} (Q_1) = (1 - Q_1(t_1) - \alpha \cdot Q_2(t_1) - Ne^d - C) \cdot Q_1(t_1) \cdot \lambda e^k;$$

$$\text{soit } \delta_1(Q_2) = \frac{(1 + Ne^d - C)}{4} \cdot \lambda e^k$$

$$Q_2(t_1) = \arg \text{Max} (\delta_1(Q_2) = (1 - Q_1(t_1) - Q_2(t_1) - Ne^d - C) \cdot Q_2(t_1) \cdot \lambda e^k)$$

$$\text{soit } \delta_1(Q_1) = (2 - \alpha) \cdot \frac{(1 + Ne^d - C)^2}{4} \cdot \lambda e^k$$

L'entrée est dissuadée si $\delta(Q_2) = 0$; ce qui signifie l'égalité entre la somme actualisée des revenus minorée des coûts de production et le sur-investissement éthique :

$$\delta(Q_2(t_1)) + \delta\left(\frac{Q_1(t_2)}{1+\bar{a}}\right) = \lambda e^k \cdot \alpha \cdot \left(1 + \frac{1-r}{1+\bar{a}}\right); \text{ soit } \lambda e^k = (1 + Ne^d - C)^2 - \frac{25 + 9\bar{a}}{144(2 + \bar{a} - r)}$$

La condition première qui autorise l'assimilation du sur-investissement éthique à une barrière à l'entrée est remplie si :

$$\sum_{j=1}^2 (\delta(Q_1)_j)_{\text{monopole}} - V > \sum_{j=1}^2 (\delta(Q_1)_j)_{\text{cournot}}$$

$$\text{Or, } \frac{(1 + Ne^d - C)^2}{4} - \left(1 + \frac{1}{1+\bar{a}}\right) \cdot (1 + Ne^d - C)^2 - \frac{25 + 9\bar{a}}{144(2 + \bar{a} - r)} - \left(1 + \frac{1-r}{1+\bar{a}}\right) > \left(\frac{(1 + Ne^d - C)^2}{9}\right) - \left(1 + \frac{1}{1+\bar{a}}\right)$$

Quelle que soit la valeur du taux de rémanence de l'investissement éthique, r , le profit actualisé de monopole est supérieur au profit de Cournot accru de la valeur actualisée des investissements éthiques..

CQFD