

## INTRODUCTION

La promulgation, le 27 mars 2017, de la loi française relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre, a marqué un tournant majeur dans le régime de responsabilité des entreprises. Alors que jusqu'à présent l'autonomie des personnes morales exemptait les entreprises de toute responsabilité en cas de dommages causés par d'autres sociétés, y compris de leur chaîne d'approvisionnement, la nouvelle loi considère l'existence d'une « relation commerciale établie » comme un lien générateur de responsabilité. L'article L225-102-4 du Code du commerce prévoit désormais l'obligation, pour toutes les sociétés dépassant un certain seuil de salariés, d'établir et de mettre en œuvre un plan de vigilance propre à identifier les risques et à prévenir les atteintes graves envers les droits humains et l'environnement. Le manquement à cette obligation engage la responsabilité de la société concernée et l'oblige à réparer le préjudice que l'exécution de ces obligations aurait permis d'éviter<sup>1</sup>.

Comment a-t-on basculé d'un régime d'irresponsabilité à un régime de responsabilité des donneurs d'ordre ? L'histoire récente du processus législatif offre des clefs pour comprendre l'adoption de la loi. Par exemple, que la première proposition de la loi ait été déposée le 6 novembre 2013 n'est pas un hasard. Quelques mois auparavant, le 24 avril 2013, 1 138 ouvriers du textile avaient été tués dans l'effondrement d'un bâtiment de la banlieue de Dhaka (Bangladesh). L'opinion publique française avait découvert avec effroi que les travailleurs de ce bâtiment, le Rana Plaza, confectionnaient des vêtements destinés à des grandes marques et des distributeurs occidentaux (Auchan, Benetton, C & A, Mango...). Beaucoup s'étaient émus de l'impunité des multinationales, ce qui conduisit les députés Noguès, Auroi et Potier à lancer l'initiative d'une

---

1. Cet ouvrage est issu d'une thèse de doctorat réalisée au CSO (Sciences-po/CNRS) sous la direction de Sophie Dubuisson-Quellier et soutenue le 30 mars 2010 devant un jury composé d'Ève Chiapello, Franck Cochoy, Nicolas Dodier et François Vatin. Je tiens à les remercier très chaleureusement ainsi que tous les collègues et amis qui, du CSO à l'IDHE et d'Orange Labs à l'IRISSO, m'ont accompagnée dans la réalisation de cette thèse puis dans sa transformation en ouvrage. Qu'ils trouvent tous ici l'expression de ma profonde gratitude. Je remercie également ma famille, avec toute mon affection, et je dédie ce livre à mon père.

proposition de loi. Au terme de près de quatre années de travail législatif, c'est à la suite de nombreuses négociations et de compromis que la deuxième proposition de loi portée par Dominique Potier a été adoptée. Cette passionnante histoire de la fabrique de la loi devra être faite. Mais l'ouvrage qui suit propose d'interroger la construction de la responsabilité des entreprises à l'aune d'une perspective temporelle un peu plus large, en montrant comment l'adoption de la loi sur le devoir de vigilance est, en fait, la dernière étape en date d'un processus de responsabilisation des multinationales initié dans les années 1990. Il s'agit, en somme, de montrer comment la « responsabilité sociale des entreprises » (RSE) est d'abord apparue comme la solution au problème des mauvaises conditions de travail dans les pays du Sud avant d'être critiquée au profit d'un retour du recours au droit.

Mais qu'est-ce donc que le langage commun évoque par « responsabilité sociale des entreprises » (ou « RSE ») ? Il nous semble que la définition donnée par la Commission européenne dans son *Livre vert* de 2001 constitue un bon moyen d'approcher la représentation commune. La définition du Livre vert pose la RSE comme « l'intégration volontaire des préoccupations sociales et écologiques des entreprises à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes<sup>2</sup> ». Dans cette perspective, la responsabilité des entreprises est dite « sociale » à double titre. D'abord, c'est une responsabilité « sociale », ou « sociétale », parce qu'elle s'exerce *envers la société* : elle porte sur des externalités (sociales et environnementales) de l'activité des entreprises. Mais elle est également dite « sociale » parce qu'elle n'est pas « légale » : l'intégration « volontaire » des nouvelles préoccupations renvoie à une responsabilité *morale*. En définitive, ce sont bien ces deux dimensions de la « RSE » qui sont au cœur du double questionnement du présent ouvrage. Comment a émergé et s'est imposée l'idée que les entreprises devraient se préoccuper des conditions de travail dans leur chaîne d'approvisionnement ? Quels leviers extra-judiciaires ont été utilisés pour obtenir des engagements volontaires des entreprises, avant le retour au droit ?

## UNE SOCIOLOGIE DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES

D'où viennent les responsabilités ? C'est la première question, appliquée au cas des nouvelles responsabilités attribuées aux entreprises, que nous allons aborder avec une approche proprement sociologique, c'est-à-dire inductive et non normative.

« La responsabilité, écrivait Paul Fauconnet dans l'ouvrage qu'il a consacré à la notion éponyme, n'est généralement pas étudié comme une réalité donnée à l'observation. On ne cherche pas à dégager, inductivement, ce qu'elle est en fait. C'est à l'idée de responsabilité que s'attachent philosophes et juristes :

2. COMMISSION EUROPÉENNE, 2001, *Livre vert : Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises*, COM (2001), 366 final, p. 7.

concept extrêmement abstrait auquel ils appliquent une analyse toute logique et dialectique. Il y a cependant des faits de responsabilité » (Fauconnet, 1920, p. 1). Sans faire entièrement allégeance au projet durkheimien de Fauconnet, nous partageons sa volonté d'examiner des faits de responsabilité. Ces faits de responsabilité sont de deux types. Les « jugements de responsabilité » (premier type) sont l'application de « règles de responsabilité » (deuxième type) qui prescrivent qui doit être choisi pour être désigné responsable, *i. e.* pour supporter une sanction. Au bout du compte, « la responsabilité est la qualité de ceux qui doivent, [...] en vertu d'une règle, être choisis comme sujets passifs d'une sanction » (p. 11). Ici, nous nous proposons d'étudier la responsabilité sociale des entreprises sans partir d'une définition *a priori* (comme le font les recherches qui disent ce qu'elle doit être et y confrontent ensuite les pratiques effectives des entreprises) et sans chercher à en donner la définition la plus adéquate pour participer à l'avènement d'un monde meilleur (comme le font les recherches qui concluent sur ce que devrait être cette responsabilité). L'objectif est plutôt de donner la description la plus fidèle de la façon dont elle se manifeste à travers dans des « jugements en responsabilité », de saisir comment se sont construites et légitimées des « règles de responsabilité », et d'identifier les sanctions qui équipent ces jugements.

Ceci étant posé, nous proposons d'adopter un regard « constructiviste » sur les règles de responsabilité et un regard « pragmatiste » sur l'établissement des jugements de responsabilité. D'abord, à la différence de P. Fauconnet qui voit les règles de responsabilité comme le reflet d'une présumée « conscience collective », nous considérons qu'elles sont locales, plurielles et débattues. L'étude de l'évolution des règles doit donc faire la part belle au travail effectué par des acteurs qu'à la suite d'Howard Becker (1963) nous qualifierons d'« entrepreneurs de morale ». Quant aux jugements de responsabilité, nous proposons de les regarder comme le résultat non pas d'un simple geste de désignation mais véritablement d'« épreuves ». Luc Boltanski écrivait « On peut rattacher, plus ou moins, à l'esprit du pragmatisme, la façon dont la sociologie de la critique a entrepris de redécrire le monde social comme la scène d'un procès, au cours duquel des acteurs, en situation d'incertitude, procèdent à des enquêtes, consignent leurs interprétations de ce qui se passe dans des rapports, établissent des qualifications et se soumettent à des épreuves » (Boltanski, 2009, p. 48, italique dans le texte). Ce faisant, c'est tout le travail d'attribution d'une responsabilité que nous nous attacherons à examiner, en montrant aussi comment les jugements de responsabilité peuvent être critiqués (au nom d'un différend sur la règle ou d'un litige sur l'issue de l'épreuve).

## UNE SOCIOLOGIE DU « MARCHÉ DE LA VERTU »

Comment responsabilise-t-on ? C'est la deuxième question qu'aborde l'ouvrage en interrogeant le cas particulier de la responsabilisation des entre-

prises et, par voie de conséquence, des modalités de régulation du capitalisme contemporain.

H. Becker affirme que le succès d'une croisade morale se traduit par la mise en place d'une réglementation. Mais dès lors qu'elle concerne des entreprises, la croisade morale peut suivre un autre horizon : celui de la construction d'une nouvelle « qualité » de ses produits ou services, et de la sanction par la « loi du marché ». C'est le mécanisme de l'*exit*, mis en évidence par Albert Hirschman (1970) à côté de la possibilité pour les consommateurs d'exprimer verbalement leur mécontentement (*voice*). Battant en brèche l'intuition spontanée d'une séparation entre un mode d'action proprement économique (*exit*) et un mode d'action proprement politique (*voice*), Hirschman s'est attaché à montrer que, sous certaines conditions, la défection et la prise de parole sont deux modalités opératoires dans les deux univers. Il montre aussi que la *voice* peut utilement accompagner l'*exit*, dès lors qu'elle permet au producteur de mieux saisir les raisons du mécontentement des consommateurs. Nous verrons ainsi comment la responsabilisation « sociale » des entreprises s'est appuyée sur des sanctions réputationnelles et marchandes (boycotts, labels...).

Dans cette perspective, notre ouvrage est aussi une contribution à l'étude du « marché de la vertu ». Par cette formule particulièrement judicieuse, David Vogel (2005) rend compte de l'existence d'une « demande de vertu » et interroge celle d'un « *business case* de la vertu » (i. e. une rentabilité à la mise en place d'actions vertueuses). Passant en revue les modalités de la demande de vertu par les consommateurs (consommation engagée), les investisseurs (investissement socialement responsable) et même les employés, D. Vogel en montre la dimension performative : même si rien n'indique que les entreprises ont véritablement intérêt, financièrement parlant, à adopter des démarches « socialement responsables », beaucoup d'entre elles le font tout de même. C'est la même observation qui, en 2005 également, conduisait Clive Crook, un editorialiste de *The Economist*, à affirmer : « Le mouvement pour la RSE a gagné la bataille des idées<sup>3</sup> », c'est-à-dire que « de nos jours, on demande aux grandes entreprises d'être de bonnes citoyennes, et elles veulent toutes montrer qu'elles le sont ». Le monde économique fourmille ainsi d'indices de la volonté des entreprises de donner des gages de leur vertu : développement de départements RSE, communication sur leurs engagements, adhésion à des programmes de RSE, etc.

Pas plus que D. Vogel nous ne souhaitons adhérer à l'idée que performance sociale et performance financière vont nécessairement de pair. Mais il nous semble tout aussi hasardeux de considérer que les engagements socialement responsables se font en pure perte. Nous partageons en tout cas le constat que la notion de « responsabilité sociale des entreprises » s'est institutionnalisée au point qu'au début des années 2000 les entreprises ne pouvaient déjà plus faire

3. Clive CROOK, 2005, « The Good Company », *The Economist*, 22 janvier, traduction personnelle.

la sourde oreille aux appels à la vertu. Dans cette perspective, nous laisserons tout simplement de côté la question de la rentabilité de la vertu, et nous nous attacherons à examiner la façon dont les militants ont construit leur argumentaire et leurs moyens de pression pour agir sur le comportement des entreprises, ainsi que la façon dont les entreprises y ont répondu. Nous montrerons ainsi comment s'est développé un « marché de la vertu » au sens d'une incorporation de la vertu dans les échanges marchands, où l'entreprise de moralisation des pratiques dans la chaîne d'approvisionnement des multinationales passe par la demande et la promesse de produits qualifiés de « vertueux ». Mais nous verrons également que ce processus s'est accompagné de l'essor d'un « marché de la vertu », où le terme désigne tout l'écosystème de nouveaux services vendus aux entreprises pour constituer leur politique de RSE (en particulier le marché de l'audit social).

## UNE ENQUÊTE MULTI-SITE

Pour saisir le cours des attaques et des défenses autour de la responsabilité sociale, il nous fallait être en mesure de replacer les luttes dans le cadre d'un contexte doctrinal et jurisprudentiel. Nous entendons par là les écrits et les précédents qui représentent un référent normatif au moment où se pose la question de juger une entreprise au regard de sa responsabilité sociale. Cela inclut, naturellement, la doctrine juridique, mais également la doctrine gestionnaire (très proluxe sur la question de la responsabilité sociale des entreprises), la doctrine philosophique (qui s'est, elle aussi, intéressée à la question de la responsabilité des entreprises vis-à-vis des conditions de travail chez leurs fournisseurs) et, disons, la « jurisprudence militante » (les campagnes menées par le passé, et leurs effets sur les entreprises).

Au-delà de cette recherche documentaire, l'ouvrage s'appuie sur une vaste enquête de terrain menée, entre 2005 et 2008, sur différents fronts, de la France au Bangladesh, à la rencontre de près d'une centaine de personnes<sup>4</sup>.

D'abord, pour comprendre le travail militant des défenseurs des travailleurs des pays du Sud, nous avons réalisé une enquête auprès du Collectif français de l'Éthique sur l'étiquette (membre du réseau européen Clean Clothes Campaign). Pendant plusieurs mois, nous avons suivi les réflexions menées pour organiser la mobilisation des consommateurs contre les distributeurs et les marques. Outre les entretiens que nous avons pu réaliser avec les membres du Collectif, nous avons obtenu l'autorisation de plonger dans ses armoires, d'en éplucher les cartons d'archives et d'y retrouver les traces de ses dix premières années d'existence.

Ensuite, nous voulions saisir la façon dont les entreprises ont réagi aux campagnes de dénonciation en mettant en place des « politiques de RSE ». De façon exceptionnelle, nous avons eu accès à la totalité de la documentation

4. Au total 94 entretiens ont été réalisés au cours de cette enquête.

décrivant la procédure mise en place dès 2004 par les entreprises européennes membres d'une initiative collective (le BSCI – Business Social Compliance Initiative) pour contrôler la qualité des conditions de travail chez leurs fournisseurs. Par ailleurs, après avoir participé à une session de formation à l'audit social, nous avons pu conduire une série d'entretiens avec ceux qui, de la Tunisie au Bangladesh, du Maroc à la Chine, conduisent des audits sociaux pour le compte de grands groupes occidentaux.

Enfin, nous avons achevé notre enquête au Bangladesh, l'« atelier du monde » et siège de nombreux drames pour les travailleurs de la confection textile. En accompagnant un donneur d'ordre occidental dans ses visites d'usines, nous avons pu mettre en perspective les actions militantes et les politiques RSE des groupes occidentaux avec la réalité de la production locale.

## UN MATÉRIAU PLURIEL

Observer et écouter les acteurs, observer et faire parler les objets, tels ont été les grands maîtres-mots de notre enquête empirique. Comme le suggère le titre de l'ouvrage, notre projet était d'appréhender les différents « patrons de la vertu » : les organisations militantes, érigées en protecteurs des travailleurs et presque saints patrons de la vertu ; les dirigeants d'entreprises, patrons d'usines ou de multinationales, s'employant à se montrer vertueux ; et enfin tous ces documents de papier, patrons façonnés pour formater les pratiques vertueuses. Au cours de nos différentes enquêtes, nous avons donc recueilli plusieurs types de matériau : des traces de prises de parole publiques, des témoignages sous la forme d'entretiens semi-directifs, des observations *in situ*, et de la documentation indigène.

D'abord, puisqu'il s'agissait de faire état de procédés d'imputation de responsabilité et de conflits dans les jugements portés, nous avons cherché à repérer dans le matériau collecté les procédés d'accusation et les marques de justification des jugements en responsabilité. L'analyse des échanges publics entre les instances militantes (Clean Clothes Campaign, Collectif de l'Éthique sur l'étiquette) et les entreprises (à travers des lettres ouvertes, pétitions, déclarations, communiqués de presse...) a constitué un premier chantier d'investigation. Celui-ci a été complété par une campagne d'entretiens, lesquels ont été conduits à la fois à des fins d'information mais aussi comme une épreuve à l'occasion de laquelle nous poussions les acteurs à expliciter leurs règles de jugement.

Notre enquête a également été orientée vers l'étude des dispositifs produits pour « qualifier » la responsabilité sociale des entreprises. Cela nous a fait accorder une importance majeure aux activités pratiques des acteurs, et à la façon dont ils s'appuient sur ces dispositifs. Derrière la communication des organisations militantes, des individus produisent des évaluations d'entreprises à partir de grilles de notation ; derrière les déclarations des entreprises, des individus

procèdent à l'inspection des usines grâce à des *check-lists*, pour que d'autres prennent des décisions régies par des règles écrites. Nous avons observé ces pratiques et recueilli le témoignage des protagonistes.

Enfin, en étudiant les dispositifs, il ne s'agissait pas seulement de voir comment les acteurs s'en saisissent, mais aussi d'analyser comment ils ont été conçus et ce qu'ils véhiculent. Nous avons donc abordé ces dispositifs d'évaluation de la conformité sociale en accordant une attention particulière à leur dimension technique, avec l'idée que les « mesures participent d'un découpage métrique du monde qui ne peut s'opérer sans faire, explicitement ou implicitement, des choix quant aux valeurs sociales » (Vatin, 2008, p. 145). Nous avons entrepris d'ouvrir ces boîtes noires pour en exhiber les valeurs constitutives et éclairer, ainsi, les tensions normatives qui traversent et opposent les acteurs qui s'en saisissent.

## PLAN DE L'OUVRAGE

L'ouvrage comporte deux parties.

La première partie propose de résoudre une énigme : comment, alors qu'aux yeux du droit les entreprises ne sont responsables que des conditions de travail de leurs propres salariés, l'idée s'est-elle imposée qu'elles auraient aussi des comptes à rendre sur les conditions de travail dans les usines de leurs fournisseurs ? En fait, une mise en perspective sociohistorique permet de voir que l'idée n'est pas nouvelle. À l'époque du tâcheronnat à domicile, au XIX<sup>e</sup> siècle, les défenseurs des travailleurs pointaient déjà la responsabilité de ceux qui, sans exercer une contrainte directe sur la main-d'œuvre, tiraient néanmoins profit de son exploitation. Mais c'est à la fin du XX<sup>e</sup> siècle, parce que les échanges se sont globalisés, que la responsabilisation morale des donneurs d'ordre est devenue le levier central de la lutte *anti-sweatshop*. Après avoir posé ce contexte de long terme (chapitre I), l'ouvrage donne à voir le travail de responsabilisation des entreprises, en suivant l'action militante du Collectif de l'Éthique sur l'étiquette. Nous montrons d'abord comment il a œuvré à « défétichiser la marchandise », en rendant visible la souffrance des travailleurs du bout du monde et en appelant les consommateurs à se mobiliser (chapitre II). Puis nous examinons la façon dont le Collectif a emprunté à l'appareillage scientifico-technique du capitalisme en essayant de mettre en place un label de la qualité sociale pour finalement établir un classement des entreprises aux fins de les mettre en concurrence (chapitre III). Si les entreprises ont su s'organiser pour résister au Collectif, la pression a toutefois eu pour conséquence de les pousser à agir.

La deuxième partie se focalise sur les actions mises en place par les entreprises pour donner des gages de la « qualité sociale » de leur chaîne d'approvisionnement. L'ouvrage montre ainsi comment les entreprises ont non seulement signé des codes de conduite mais également mis en place des audits sociaux de

leurs fournisseurs. Et c'est cet outil, si caractéristique de l'époque contemporaine (M. Power parle de « société de l'audit » – Power, 1997) que l'ouvrage examine à la loupe à partir d'une enquête sur un dispositif européen d'audit social (le BSCI – Business Social Compliance Initiative), véritable machinerie d'évaluation de la conformité sociale des usines (chapitre iv). Il mène ensuite le lecteur à la rencontre d'auditeurs sociaux, tiraillés entre leur obligation de procéder à une inspection standardisée des usines et leur volonté de rendre compte des conditions singulières de fonctionnement de ces sites de productions (chapitre v). Enfin, l'ouvrage montre comment l'audit social, produit de la récupération de la critique par les entreprises, fait à nouveau l'objet d'une relance de la critique militante, poursuivant ainsi le mouvement dialectique propre à la dynamique capitaliste (chapitre vi).

La conclusion de l'ouvrage compare finalement le moment actuel à celui où, pour protéger les travailleurs au XIX<sup>e</sup> siècle, la solution déployée avait été celle du patronage et de l'entreprise paternaliste. Et l'on s'interroge : de même qu'au XIX<sup>e</sup> siècle l'autorégulation a finalement laissé la place à un arsenal de droit « dur », n'a-t-on pas aujourd'hui atteint les limites de la RSE et le temps d'inscrire dans le droit la responsabilité des donneurs d'ordre ? C'est en tout cas la voie qui semble aujourd'hui être empruntée avec l'adoption de la loi française sur le devoir de vigilance des entreprises multinationales.



## TABLE DES MATIÈRES

<i>Introduction</i> .....	9
---------------------------	---

### *Première partie*

## **La construction de la demande de vertu**

### *Chapitre I*

#### **Du sweating system aux sweatshops contemporains.**

<b>Aux sources de la responsabilisation des donneurs d'ordre</b> .....	21
Le sweating system et son interdiction réglementaire .....	23
<i>D'où vient la sueur ?</i> .....	23
<i>Où porter le fer ?</i> .....	26
Le « retour des sweatshops » et le renforcement de la police .....	30
<i>Le même et l'autre</i> .....	30
<i>Espoirs et limites des poursuites judiciaires contre les commettants</i> .....	34
Les sweatshops offshore et la régulation privée .....	36
<i>La mise à l'agenda du problème.</i> .....	37
<i>La responsabilité des donneurs d'ordre</i> .....	39
Conclusion .....	42

### *Chapitre II*

#### **Éveiller et dénoncer.**

<b>Le travail d'un médiateur de la pression consumériste</b> .....	45
Le Collectif de l'Éthique sur l'étiquette (1995-2005) .....	47
<i>Genèse du Collectif.</i> .....	47
<i>La structuration autour d'un projet réformiste.</i> .....	49
<i>Le travail de cadrage de la lutte anti-sweatshop</i> .....	52
Les trois figures du consom'acteur .....	56
<i>Le consom'acteur vigilant</i> .....	57
<i>Le consom'acteur pétitionnaire</i> .....	59
<i>Le consom'acteur payeur</i> .....	65
La réponse des enseignes .....	67
<i>La reconnaissance du problème.</i> .....	68

<i>La reconnaissance d'une responsabilité limitée</i> .....	69
<i>La mise en avant d'engagements</i> .....	71
Conclusion .....	73

Chapitre III

<b>Noter. Quand le médiateur se fait prescripteur de jugement</b> .....	75
Du label au carnet de notes : le choix de la mesure .....	76
<i>Le projet de « label social »</i> .....	77
<i>Le projet de « carnet de notes »</i> .....	80
Le carnet de notes en pratiques .....	83
<i>L'évaluation des entreprises</i> .....	83
<i>La publication des résultats</i> .....	87
<i>L'utilisation par les consom'acteurs</i> .....	89
Les effets du carnet de notes .....	92
<i>Le rejet de la prescription</i> .....	93
<i>La formation de la tortue</i> .....	96
<i>Le Collectif à l'épreuve de son dispositif de jugement</i> .....	99
Conclusion .....	102

Seconde partie

**Promesses de vertu et relance de la critique**

Chapitre IV

<b>Au cœur de la machinerie. Les valeurs de l'audit social</b> .....	107
Le code de conduite : formulation des exigences .....	111
<i>Les engagements du code de conduite</i> .....	111
<i>Le statut normatif du code de conduite</i> .....	113
La méthodologie d'audit : instruments et modes d'emploi .....	115
<i>L'organisation générale de la procédure d'audit</i> .....	116
<i>L'instrumentation de l'audit</i> .....	120
<i>Le sens des priorités : quelques choix notables des taxinomistes</i> .....	125
Les règles du BSCI : principes d'une gestion responsable .....	132
<i>L'implication dans les audits</i> .....	132
<i>L'intervention auprès des fournisseurs non-conformes</i> .....	134
Conclusion .....	135

Chapitre V

<b>Au cœur des pratiques. Les tensions de l'audit social</b> .....	137
Les Revizor de la qualité sociale .....	137
<i>Un travail d'enquêteur</i> .....	139
<i>La virtuosité des auditeurs à l'ère du soupçon</i> .....	142
<i>Constituer les preuves de non-conformité</i> .....	147
<i>Les auditeurs entre deux « patrons »</i> .....	149
Le donneur d'ordre face aux résultats .....	155
<i>La menace d'une rupture des contrats</i> .....	157

<i>Quand le donneur d'ordre accomode avec la note des auditeurs</i> .....	160
<i>Revoir la règle pour la rendre applicable</i> .....	167
Conclusion .....	169
<i>Chapitre VI</i>	
<b>Failles ou faillite du système? Les critiques de l'audit social</b> .....	171
La critique des défaillances de l'audit social .....	172
<i>La mise en cause de la conduite des audits</i> .....	173
<i>La critique du modèle de l'« inspection »</i> .....	181
La mise en cause des usages des audits sociaux .....	188
<i>Les illusions de la conformité</i> .....	188
<i>L'illusion civique</i> .....	192
Conclusion .....	195
<i>Conclusion générale</i> .....	197
<i>Bibliographie</i> .....	207