

La *responsabilité* dans les discours d'entreprises français et italiens : quand les synonymes font (aussi) la différence

Françoise Rigat
 Université de Turin, Italie
 francoise.rigat@unito.it



Synergies Italie n° 6 - 2010 pp. 135-150

Résumé : *Ce travail se propose d'aborder la synonymie intra- et interlinguale par le biais du terme responsabilité employé dans divers sites Web d'entreprises, français et italiens. Bien que celui-ci ait été forgé par les instances européennes qui en ont arrêté l'identité de référence et une définition commune, notre recherche contrastive montre que le terme et ses dérivés sont négociés différemment du point de vue linguistique et pragmatique. En particulier, l'étude des synonymes et de leur fonction en discours montre que l'équivalence interlinguistique n'empêche pas les difficultés d'adéquation terminologique.*

Mots-clés : *Terminologie, synonyme, discours, cultures, comparaison*

Riassunto : *Il nostro contributo esamina la sinonimia intra- e interlinguistica analizzando l'uso del termine responsabilità in diversi siti Web d'impresa, francesi e italiani. Benché tale termine sia stato coniato dall'Unione europea, che ne ha stabilito l'identità referenziale e una definizione comune, la nostra ricerca contrastiva mostra che esso e i suoi derivati sono negoziati in modo diverso dal punto di vista linguistico e pragmatico. In particolare, lo studio dei sinonimi e della loro funzione nel discorso mostra che l'equivalenza interlinguistica non impedisce le difficoltà di gestione dell'adeguamento terminologico.*

Parole chiave : *Terminologia, sinonimo, discorso, culture, comparazione*

Abstract : *The aim of our study is to investigate intra- and interlingual synonymy by analyzing the use of the term "responsibility" on different web sites of French and Italian enterprises. Although the term has been coined by the European Union, who has established its referential identity and a common definition, our contrastive research shows that the term and its derivatives are mediated in different ways according to the linguistic and pragmatic point of view. In particular, the study of synonyms and of their discourse function shows that the interlinguistic equivalence prevents the difficulty in the process of terminological adaptation.*

Key words : *Terminology, synonym, discourse, cultures, comparison*

Introduction

Les revendications de responsabilité fusent de toute part dans les sphères juridique, médiatique, politique et de nombreuses réflexions intéressantes ont paru récemment sur ce thème¹. De même, dans le monde de l'économie, il n'est pas une entreprise qui, indépendamment de son secteur d'activité, ne se réclame responsable dans sa charte des valeurs. Sans doute ce mot clé du discours économique correspond-il à un impératif de moraliser le capitalisme (Salmon, 2009 : 193), dans le contexte de crise économique que nous connaissons. C'est pour le moins ce que laissait entendre le Président de la Commission européenne, José Manuel Barroso, en juin dernier :

[1]² The crisis resulted, in part at least, from a failure by some businesses to understand their broader ethical responsibilities. [...] We need new culture of ethics and responsibility.

Dans les discours socioéconomiques, le mot *responsabilité* négocie sa signification selon deux axes :

- l'un, notionnel, dérive du concept anglo-saxon de l'éthique des affaires et du développement durable énoncés sur le registre du devoir moral ;
- l'autre, appréciatif, configure une image positive à l'entreprise, en référence à un arrière-plan proverbial de l'amoralité des affaires (« business is business »).

Cette contiguïté entre l'usage terminologique et l'usage axiologique sera abordée dans la première partie de notre travail : on présentera d'abord les propriétés définitoires de l'unité terminologique *responsabilité (sociale) d'entreprise*, avant de décrire les propriétés sémantico-référentielles des mots *responsabilité/responsable*, une étape jugée nécessaire pour évaluer « l'espace de recouvrement sémantique » (Masseron, 2009 : 4) entre les mots retenus comme synonymes.

Dans la seconde partie, on analysera les procédures d'insertion de l'expression dans le discours, à partir d'exemples puisés dans les deux langues. Celles-ci laissent déjà transparaître des différences d'ordre énonciatif, rhétorique et pragmatique qu'il nous semble indispensable de relever pour garantir une analyse correcte des vocables et de leur réseau synonymique.

Enfin, notre troisième partie sera centrée sur l'analyse des synonymes, plus particulièrement sur la négociation sémantique et référentielle entre *responsabilité* et *citoyenneté* d'une part, *responsabilità* et *etica* d'autre part. Celle-ci nous permettra de montrer que la configuration du champ sémantique n'est pas tout à fait semblable en français et en italien, ce qui pose inévitablement des problèmes de traduction.

Précisons enfin que les attestations sur lesquelles on se fonde sont issues d'un corpus non exhaustif³, néanmoins jugé suffisant pour apprécier l'identité ou l'équivalence de sens des mots intra et interlinguaux retenus comme synonymes du terme *responsabilità*.

1. De *responsabilité sociale d'entreprise (RSE)* à *responsable* : parcours conceptuel et sémantique

1.1. Définition de la RSE

Le texte de référence que constitue le livre vert de la Commission européenne⁴ définit l'unité terminologique *responsabilité sociale* (ou sociétale)⁵ *d'entreprise (RSE)* comme suit :

le concept de responsabilité sociale des entreprises signifie essentiellement que celles-ci décident de leur propre initiative de contribuer à améliorer la société et rendre plus propre l'environnement (...). Cette responsabilité s'exprime vis-à-vis des salariés et, plus généralement, de toutes les parties prenantes (stakeholders) qui sont concernées par l'entreprise mais qui veulent, à leur tour, influencer sur sa réussite.

Observons ainsi que, de manière générale, l'entreprise ne poursuit pas seulement des objectifs économiques, mais elle est porteuse de bien commun pour la société et agit en faveur du développement durable.

Quant aux définitions lexicographiques, côté français, l'expression a été enregistrée récemment en collocation, à l'entrée *responsabilité*, dans les dictionnaires de la maison Robert⁶. Bien qu'elle ne contienne aucune marque d'usage, elle y est consacrée en tant que « combinaison lexicale spécialisée » (L'Homme, 2003 : 89) grâce à la siglaison entre parenthèses :

Responsabilité sociale de l'entreprise (RSE), qui doit contribuer au développement durable et prendre en compte des considérations sociales et environnementales

Son attestation dans le *Journal officiel*, avec la marque de domaine *Économie et gestion d'entreprise*, le confirme :

[2] Responsabilité de l'entreprise à l'égard de la collectivité, qui s'étend au-delà de ses obligations légales et de ses impératifs purement économiques.

Côté italien, la séquence lexicale *responsabilità sociale d'impresa (RSI)* ne figure pas dans les dictionnaires usuels, ou de divulgation économique. L'attestation lexicographique apparaît cependant peu fiable⁷, dans la mesure où ces mots sont d'un emploi fréquent dans les ouvrages de vulgarisation consacrés à l'entreprise ainsi que dans les sites Web officiels (Chambres de Commerce, gouvernement, etc.).

Quant à la lexicalisation *d'entreprise responsable/impresa responsabile*, celle-ci n'est attestée nulle part, puisque l'expression adjectivale n'apparaît ni dans la microstructure *d'entreprise/impresa*, ni dans celle de *responsable/responsabile*, ni dans les nomenclatures des dictionnaires spécialisés. Néanmoins, si l'on considère la fortune qu'elle rencontre, rien n'interdit de parier sur son insertion future dans les dictionnaires (Cusin-Berche, 1999).

Cette observation ainsi que les définitions examinées suscitent ici deux remarques.

Premièrement, la *RSE* semble réfractaire à toute définition rigoureuse, comme l'atteste l'adverbe *essentially* et les critères définitoires somme toute assez vagues⁸. En conséquence, sa mise en œuvre problématique est un prérequis admis par tous les experts, comme en témoigne Rusconi : « differenti posizioni etiche di principio rendono difficile un giudizio omogeneo sulla responsabilità sociale » (2006 : 19). Deuxièmement, le flou conceptuel est entretenu par les discours lexicographiques qui offrent une vision peu cohérente de la *RSE* : ainsi, le *JO* (qui fait pourtant force de norme) passe sous silence la résonance écologique identifiée par les auteurs du *Robert*. Cette expression est donc susceptible de recouvrir un champ d'application extrêmement vaste, d'autant plus facilement que *responsabilité* est un nom abstrait.

1.2. Propriétés sémantiques

La perspective terminologique force *responsabilité* à une spécificité que le mot n'a pas dans la langue courante (Depecker, 2002 : 34). Cela dit, les descriptions lexicographiques reflètent les pôles juridique et moral du terme configurés dans les définitions spécialisées.

En français, l'acception juridique est première : elle l'est en droit, elle l'est pour le *Robert* (2008) qui indique en acception 1 : « qui doit accepter et subir les conséquences de ses actes, en répondre ». La /responsabilité/ prédit donc un code de conduite qui, bafoué, peut entraîner de graves conséquences eu égard à la loi : cela est particulièrement perceptible par le renvoi analogique au mot négatif *coupable* en français (troisième acception) aussi bien qu'en italien (quatrième acception dans le *De Mauro*, 2007).

La seconde valeur est donnée par le trait constitutif [+morale]. On peut la dépister sous l'acception deux de l'adjectif (*Robert*, 2008) : « qui doit, en vertu de la morale admise, rendre compte de ses actes ou de ceux d'autrui ». Celle-ci est étroitement liée au trait [+devoir], évoqué par les synonymes *obligation*, *nécessité* donnés dans la deuxième acception du nom : « obligation ou nécessité morale, intellectuelle, de réparer une faute, de remplir un devoir, un engagement » (2008) et présent implicitement par la voie de la modalité déontique *doit* dans la définition citée supra du *Robert* et celle de la *RSE*.

De plus, on remarque que le mot permet d'induire l'humanisation, l'individualisation et la rationalisation de l'entreprise : humanisation, car *responsable* est marqué du trait [+humain] ; individualisation puisqu'il renvoie à un individu déterminé (on peut identifier un responsable) ; enfin rationalisation, dans la mesure où il dote l'entreprise de capacités volitives (au plan juridique, il existe des individus responsables) et intellectuelles (« raisonnable, réfléchi, sérieux », selon les synonymes proposés à l'adjectif par le *Robert*, « ragionevole » par le *De Mauro*, 2007).

2. Les occurrences de *responsabilité/responsabilità* en discours : aspects communicatifs et pragmatiques

Plusieurs opérations énonciatives, rhétoriques, typographiques mettent au jour des divergences dans la construction en discours de l'unité terminologique entre les deux langues-cultures. Voyons cela en détail.

2.1. En français

D'emblée, on note que la RSE est fréquemment mutilée, dans une économie de la prédication, augmentant ainsi l'extension d'emploi de *responsabilité* :

[3] Nos bons résultats démontrent la pertinence de notre modèle économique et de nos principes d'action fondés sur la proximité, la solidarité et *la responsabilité*.

[4] Développer notre politique sociale fondée sur la *responsabilité*, la diversité, la mobilité et l'équité où nous sommes implantés.

Quant à l'expression adjectivale, elle apparaît souvent dans la devise des entreprises, en caractères gras ou en capitales :

[5] Michelin, *entreprise responsable*

Contribuer à la mobilité des biens et des personnes, c'est la mission que s'est fixé Michelin, lors de sa création, il y a plus de 100 ans.

On note enfin un décalage dans la qualification de l'entreprise ; grâce à la séquence [nom d'agent + *responsable*], celle-ci est personnalisée :

[6] Groupama : employeur responsable, assureur responsable

[7] Tanais Habitat : constructeur responsable

Dans tous les exemples dont on vient de faire état, il est difficile de statuer sur l'acception de *responsabilité/responsabile*, c'est-à-dire de faire le départ entre sa valeur désignative et sa valeur axiologique : en effet, ces procédés manifestent la disponibilité du français à en favoriser un emploi courant et médiatique.

2.2. En italien

Contrairement au français, la *RSI* garde la plupart du temps son statut de vocabulaire spécial. Ainsi justifie-t-on les majuscules initiales que prend, majoritairement dans notre corpus, chaque mot composant l'expression :

[8] La Martini & Rossi da sempre rivolge particolare attenzione alle problematiche legate alla *Responsabilità Sociale d'Impresa*, con un atteggiamento culturale-etico che pone al centro il rapporto, verso l'interno e verso l'esterno, tra l'impresa stessa e il contesto sociale.

Cette particularité s'accompagne régulièrement de l'emploi de syntagmes génériques métalinguistiques du type *le concept de, la notion de* précédant l'expression souvent non déterminée, montrant par là son aspect théorique :

[9] Una speciale attenzione è riservata *al concetto di responsabilità sociale d'impresa*, a cui il Gruppo aderisce pienamente, ponendosi come membro responsabile dinanzi alle esigenze della società.

Certains syntagmes d'une valeur autonymique exhibent plus nettement ce mode distancié :

[10] oggi l'insieme degli stakeholder del sistema socio-economico pone interrogativi sempre più complessi sulle performance delle imprese, individuando elementi di valore in aspetti intangibili quali la reputazione, l'immagine, l'affidabilità e la qualità *in termini di responsabilità etico sociale e ambientale*.

Par ailleurs, le fait que les textes plébiscitent, dans la généralité des cas, le terme ou le sigle anglais *Corporate Social Responsibility (CSR)* en lieu et place du terme italien, se plie également à cette interprétation :

[11] *CSR* - Codice etico

La Pasell ha adottato un codice etico per esprimere gli impegni e le *responsabilità etiche* nella conduzione degli affari e delle attività aziendali.

Certes, ceci ne surprendra guère quand on sait d'une part le prestige qu'exerce l'anglais auprès des managers italiens, et, d'autre part, l'habitude *historique* de la langue italienne à accueillir les mots empruntés. L'italien en effet, dont l'unité linguistique et politique est bien plus récente que celle de la langue française, emprunte sans état d'âme...

Corrélativement, les guillemets peuvent signaler à travers leur fonction autonymique que l'expression adjectivale est loin d'être en usage et qu'elle ne reflète pas la compétence lexicale commune :

[12] Rispondere alla domanda di innovazione attraverso il dialogo con tutti gli attori piemontesi e nel pieno rispetto del capitale naturale, sociale e umano del territorio. Sono questi alcuni dei principi a cui si ispira il CSI-Piemonte per rispondere alla propria vocazione di «azienda responsabile».

La modalité autonymique dépend évidemment du locuteur, qui peut avoir le sentiment de créer un néologisme alors que cela n'en est pas un. Dans tous les cas, cela est bien la preuve que le terme italien est moins diffusé. On pourrait multiplier les exemples. Cela ne ferait que confirmer une première conclusion à laquelle mènent ceux-ci : la notion de /responsabilité/ et les mots y référant s'adressent au cercle étroit des spécialistes et ne se prêtent guère à un usage publicitaire. Cette disparité se retrouve dans l'emploi récurrent de noms abstraits tels que *avoir/adopter une attitude, une politique, un comportement* introduisant l'adjectif. Ainsi, on rencontre de nombreux énoncés de ce type :

[13] Siamo convinti che solamente l'impresa che *adotti un comportamento responsabile* e sia attenta a creare valore a tutti gli stakeholder possa avere un successo reale, duraturo, e quindi sostenibile nel tempo.

Du coup, la /responsabilité/ est appréhendée à travers ses manifestations extérieures, ses « réactions objectivement observables » (selon l'une des définitions du mot *comportement*, Robert, 2008) qui pourront être sanctionnées, s'il y a faute, non comme la caractérisation la plus manifeste de l'entreprise.

On peut donc en conclure que les conditions d'emploi pragmatiques de l'expression ne sont pas tout à fait identiques dans les deux langues-cultures : en italien, elle peine à s'affranchir de son image savante, tandis qu'en français, elle est propulsée dans la sphère médiatique, comme le prouve les créations lexicales *éco-responsabilité*/*éco-responsable* sur lesquelles nous allons bientôt nous attarder. Cette hypothèse est vérifiée par le fait que les passages consacrés à la responsabilité dans la présentation française de nombreuses multinationales disparaissent dans la version italienne.

3. Comparaison contrastive des synonymes

La comparaison des synonymes de *responsabilité/responsabilità* manifeste également une non-homogénéité relative, mais perceptible, de l'image que se font les entrepreneurs français et italiens de la notion de /responsabilité/.

3.1. Un synonyme absolu en français : *citoyenneté d'entreprise/entreprise citoyenne*

En français, l'unité terminologique entre fréquemment en cooccurrence avec *citoyenneté d'entreprise*. Cela est dû au fait que le calque traductif de l'anglais n'est venu combler en milieu francophone aucune lacune lexicale : ce nouveau vocable est entré en double emploi avec l'étiquetage français, avec la même valeur désignative⁹.

Brièvement, les valeurs fondamentales du mot *citoyenneté* contribuant à fixer une « constante notionnelle » (Masseron, 2009 : 4) aux deux synonymes sont les suivantes :

- 1) le trait [+devoir] : il se dégage du statut juridique de la citoyenneté, fondé sur les droits et les devoirs (Leca, 1983) et de l'acception de l'adjectif placée en tête de la microstructure du *Robert* (2008) : « Hist. Celui qui appartient à une cité, en reconnaît la juridiction, est habilité à jouir, sur son territoire, du droit de cité et est astreint *aux devoirs correspondants* » ;
- 2) le trait [+morale], lié à une prise de position éthique, déborde largement la question des droits comme le souligne Leca (1983 : 113-114). Cette acception morale est celle que retient aujourd'hui l'opinion publique française, bien plus que la conception statutaire (*ibid.*), *administrative* dirions-nous, de la /citoyenneté/.

Les deux expressions sont donc sémantiquement homogènes, quoiqu'elles s'opposent :

1) du point de vue connotatif : la *citoyenneté* possède une valeur connotative qui autorise un investissement affectif¹⁰. Il est facile en effet de lui conférer intuitivement un halo valorisant (tout le monde s'accorde à dire qu'elle a un caractère symbolique positivement évocateur¹¹). A l'opposé, l'adjectif *responsable* peut connoter son propre antonyme (Kerbrat-Orecchioni, 1977 : 91), par association paradigmatique avec le nom dépréciatif *irresponsable*. En témoigne cet extrait du *Monde* commentant les placements « socialement irresponsables » (i.e. tabac, alcool, casino) d'un fonds américain, dans lequel l'adjectif véhicule une connotation négative via la modalité autonymique :

Investir dans des entreprises qui profitent des vices de leurs clients n'est pas très moral. Il est certes plus « socialement responsable » de placer ses économies dans des fonds éthiques.¹²

2) du point de vue du statut lexical : la RSE est une dénomination spécialisée consacrée alors que *citoyenneté d'entreprise* n'est pas intégrée au lexique, bien qu'elle soit en usage depuis plus longtemps. Par contre, l'expression *entreprise citoyenne* figure en collocation¹³ dans le dictionnaire *Robert*, depuis 2007, sous le mot vedette *citoyen*, sans aucune mention du domaine :

Adj. Relatif à la citoyenneté, à l'esprit civique. *Un réflexe citoyen. L'entreprise citoyenne*, qui a un rôle à jouer dans la société.

En dépit de ces différences, on peut envisager que les deux séquences sont des synonymes lexicaux absolus. En effet, comme le montre Kleiber (2009), la connotation et la variation diastématique ne préjugent en rien de la *synonymie identité de sens* : la valeur connotative en surplus et le statut du mot sont indépendants de son contenu sémantique et n'ont, par conséquent, aucune pertinence référentielle. La preuve en est que dans tous les exemples tirés de notre corpus, on peut toujours les substituer sans en altérer le sens, c'est-à-dire *gloser entreprise citoyenne* « signifie la même chose que » *entreprise responsable* (Tamba, 1988, cité in Kleiber, 2009 : 13).

3.2. Quelques exemples

On relève dans les énoncés mettant aux prises les deux expressions quelques éléments en faveur de l'utilité de la richesse discursive de la synonymie. Au plan du discours en effet, la synonymie absolue n'apparaît pas comme une situation inconfortable (Kleiber, 2009, 13) ; au contraire,

dès lors qu'on envisage [les synonymes] dans leur différentialité sémiotique - ce sont des mots différents -, il apparaît clairement que parce qu'ils peuvent avoir une fonctionnalité discursive différente du fait précisément de leur différence de « forme », cette co-existence synonymique, loin d'être un fardeau, s'avère être des plus précieuses pour leur insertion syntagmatique.

Voici donc un échantillon des fonctions discursives du couple synonymique en examen. C'est d'abord sur la base du contenu connotatif de *citoyen* que la synonymie se joue. Du fait du pouvoir attracteur que l'adjectif draine, la séquence *entreprise citoyenne* sera plus impressive, plus interpellative et donc privilégiée dans l'accroche :

[14] Logica, une *entreprise citoyenne*

Concilier développement économique, respect de l'environnement, développement social et sociétal : c'est l'objectif que se fixe Logica en tant qu'*entreprise responsable*.

Cet exemple atteste, par ailleurs, l'enjeu stylistique de la synonymie : les deux séquences sont utilisées, selon le procédé de reformulation, pour répéter une même idée de façon plus persuasive, sans la reprise à l'identique des

signifiants¹⁴. Outre l'identité dénotative vérifiable par le test de commutation, la position des deux expressions en début et clôture d'énoncé convie à un amalgame sémantique, un procédé rhétorique largement mis à contribution dans nos textes.

Ensuite, c'est le sémantisme de *citoyenneté* qui permet dans l'exemple suivant différents effets de sens :

[15] En 2000, Novartis signait le Pacte Mondial des Nations Unies (*Global Compact*). Depuis, le groupe s'est engagé à en respecter les 10 principes à travers sa politique de *citoyenneté d'entreprise* qui fait partie intégrante de sa stratégie. [...] Une *responsabilité sociale* : « La diversité et l'intégration de tous dans notre environnement de travail ».

Ici, la formule est utilisée pour ancrer la firme dans une communauté universelle, pour créer des liens idéalement universalistes (on ne peut que songer à la valorisation que connaît la collocation *citoyen du monde*). Elle permet d'inscrire un *ethos de proximité* très prisé par les firmes multinationales, ce que n'autorise pas son synonyme. Par contre, le cotexte de *responsabilité sociale* fait intervenir la lecture solidaire, humaine, communautaire du concept.

Cette différence transparait également dans la citation suivante, où la glose de la première expression active les propriétés définitoires du concept, tandis que la seconde porte sur l'intégration et la réduction des inégalités, ces dernières relevant clairement de la /*citoyenneté*/ :

[16] *Entreprise responsable*, nous agissons pour le développement durable de notre environnement économique et social afin d'en assurer son avenir.
Entreprise citoyenne, nous contribuons à répondre à l'obligation d'emploi de personnes handicapées en valorisant nos prestations de services qui viennent en exonération de la contribution Agefiph.

Enfin, on note que les adjectifs coordonnés dans un mouvement d'*amplification*, ont une fonction rhétorique indéniable que l'on peut exemplifier avec l'énoncé suivant :

[17] Nous faisons tout notre possible pour développer une *entreprise citoyenne et responsable* en agissant de façon éthique dans tout ce que nous entreprenons, en participant à la vie sociale autour de nous et en minimisant nos impacts écologiques tout en recherchant à mettre en oeuvre les pratiques environnementales les plus évoluées.

Ici, l'emploi du binôme synonymique relève sans surprise de l'*ornatus*, peu pertinent au plan informatif, mais efficace du point de vue rhétorique. Cet effet de redondance fournit au discours « une superbe assurance »¹⁵ qui est, autant que faire se peut, largement mis à contribution dans nos textes.

On peut donc en conclure que si l'expression *citoyenneté d'entreprise* n'a pas été supplantée, ce n'est pas tant à cause de la frilosité bien connue du français pour les anglicismes, mais bien parce qu'elle permet d'exploiter des valeurs sémantique, symbolique et connotative dans certains contextes phrastiques et communicationnels qui font défaut à *responsabilité*.

3.3. Un synonyme partiel : *éco-responsabilité/éco-responsable*

Le préfixe dissyllabique *éco*¹⁶ a permis d'engendrer les dérivés *éco-responsabilité/éco-responsable* non répertoriés dans les dictionnaires, mais dont la fréquence d'emploi et, dans une moindre mesure, l'orthographe fluctuante (tantôt en un seul mot, tantôt en deux, relié par un trait d'union), suggèrent la lexicalisation en cours. Les exemples sont légions :

[18] Dell est fier de se présenter comme une *entreprise écoresponsable*, et se dédie au développement de produits respectueux de l'environnement.

Sans doute doit-on le succès de ces composés au fait que le préfixe offre une propriété définitoire plus riche au nom et à l'adjectif ou, du moins, rend le trait [+écologie] plus transparent. On soulignera cependant à la faveur de l'exemple ci-dessus que ces néologismes¹⁷ développent souvent un « effet d'insistance » (Masseron, 2009 : 4), surtout lorsqu'on met les composés en relation avec les données fournies dans le discours (l'expression *développement de produits* pour rappeler *développement durable* ?) :

[19] Comment réduire les charges de votre entreprise, augmenter le pouvoir d'achat de vos salariés, et améliorer votre notoriété et votre image? [...] En mettant en avant votre *Eco-responsabilité sociale et environnementale* !

Ainsi, qui ne voit que cette association lexicale ne relève pas d'une nécessité linguistique, mais d'une procédure stylistique qui produit inmanquablement un effet hyperbolique, voire pléonastique (*éco, environnemental*) ? Plus largement, ces divers exemples nous autorisent à y voir une exubérance linguistique typique de l'esprit publicitaire (Grünig, 1998), tout en garantissant l'adhésion à des valeurs fortement marquées positivement - bref, une langue de bois. Voyons à présent les synonymes proposés dans les textes italiens.

4. Les synonymes en italien : l'éthique avant tout

Précisons qu'on trouve également dans les discours les expressions néologiques *cittadinanza d'impresa/impresa cittadina*, en tant que calques traductifs de l'anglais *Corporate Citizenship* :

[20] Agire nei confronti della collettività come *impresa cittadino*: promuovendo la "*responsabilità sociale*" quale opportunità di valorizzazione del fattore umano e come processo di miglioramento delle relazioni con gli stakeholder.

Toutefois, celles-ci étant (pour l'heure ?) rarissimes (seules trois occurrences dans notre corpus, dont deux guillemetées), il n'en sera pas question ici. En italien, le terme *responsabilità* s'emploie avec un éventail de collocatifs, souvent en cooccurrence additive (*economica, ambientale, sostenibile*), globalement équivalents en français, ce qui permet d'observer un résultat sémantique très proche des énoncés. Il existe néanmoins une différence de taille concernant l'adjectif *etica*, qui vient renforcé la plupart du temps le mot, comme on peut le voir en [10] et [11]¹⁸. Cette attention à l'éthique se retrouve de manière implicite dans l'usage d'éléments co-référentiels sémantiquement proches :

[21] *Comportamento responsabile*

Siamo convinti che *correttezza e lealtà* debbano essere messe in atto sempre e nei confronti di tutti i soggetti che intrecciano relazioni con la nostra impresa (stakeholder).

[22] La società si impegna: a mantenere un comportamento *responsabile e coerente* anche nelle situazioni critiche, quali ad esempio ristrutturazioni aziendali e fasi di recessione.

Ces noms et adjectif, qui sont tous en affinité avec l'éthique dans leur capacité à exprimer un code de comportement moral (*code of conduct*), constitue un bon paradigme des synonymes. Même lorsque le cotexte réfère à la communauté, à la société civile, l'italien a recours à *éthique*, comme on pourra s'en rendre compte en mettant en regard les exemples [23] et [24] :

[23] La performance lavorativa implica il conseguimento di risultati mediante *un comportamento che deve essere etico e responsabile* in tutte le iniziative intraprese in ambito lavorativo, sia nei confronti dei colleghi, che nei confronti delle persone estranee al Gruppo (consulenti, agenti, mandatari/procuratori e partner contrattuali istituzionali)

[24] Barilla crede che la propria attività imprenditoriale, per potersi qualificare come *eticamente responsabile*, debba perseguire modelli di produzione che rispettino e salvaguardino i diritti umani, [...] nella consapevolezza che *la responsabilità sociale ed etica* si estende anche alle comunità [...].

avec les énoncés [3], [4], [5] et [15] qui profilent un espace plus nettement social de la /responsabilité/, ou encore le paradigme des mots coréférentiels, tels que *proximité, solidarité* en [3], *diversité, mobilité, équité* en [4], qui appartiennent tous au même champ notionnel social.

De même, l'emploi des formules *citoyenneté d'entreprise/entreprise citoyenne*, dont le sémantisme social est plus saillant, autorisent une acception politique au sens large du concept de /responsabilité/ : la firme se doit d'entretenir de « bonnes » relations avec ses concitoyens et d'avoir un comportement civique¹⁹, c'est-à-dire de participer activement à la société « par le développement de pratiques sociales responsables » (Policar, 2005 : 51).

Compte tenu des observations ci-dessus, on peut dire que non seulement les expressions *responsabilité d'entreprise/responsabilità d'impresa* et *entreprise responsable/impresa responsabile* s'intègrent de manière diverse dans les pratiques discursives mais, sous l'angle socio-culturel, elles portent témoignage d'une appropriation différente du concept de /responsabilité/.

Cette conclusion rejoint les observations de Roberto Burlando²⁰, professeur d'Éthique économique à la faculté des Sciences politiques de Turin qui affirme que la *responsabilità (sociale)* évoque la *respectabilité*, la *confiance*, jamais la *solidarité*, un mot trop connoté politiquement pour favoriser un consensus. Ainsi, la collocation *responsabilità solidaire*, fréquente dans le corpus français, mais inadmissible en italien, ou encore l'expression *responsabilità etica*, inappropriée dans un contexte promotionnel français, met bien en évidence la spécificité culturelle des deux univers (Celotti, 2002 : 255). Par ailleurs, la /responsabilità/ marque une appartenance idéologique forte, qui vient combler

le vide causé par les désagréments politiques ; en français, elle évoque non seulement l'appartenance à une communauté ou un territoire bien identifié (Policar, 2005 : 51, cf. l'exemple [15]) mais, en plus, une participation active, civique de l'entreprise qui fait défaut au concept italien.

On avancera une dernière remarque, relative à la traduction : si l'on peut toujours faire fi du cotexte et traduire *citoyenneté* par *responsabilità*, appliquant ainsi les directives européennes, il nous semble néanmoins que le déficit des mots emblématiques *citoyenneté/citoyen* et *etico/a* dans l'équivalence interlinguistique pourrait être comblé par quelques ajustements permettant d'obtenir le même résultat sémantique. A titre illustratif, on avancera les traductions suivantes :

- *entreprise citoyenne* : *impresa responsabile al servizio dei cittadini*
- *citoyenneté d'entreprise* : *responsabilità sociale d'impresa, anche nei confronti dei cittadini*
- *une entreprise citoyenne et responsable agissant de façon éthique* : *un'impresa etica e responsabile*
- *un'impresa etica sociale e responsabile* : *une entreprise socialement responsable, qui fait preuve de rigueur éthique*

Conclusion

En guise de conclusion, on désire souligner que notre investigation mériterait incontestablement d'être poursuivie : l'exploration systématique d'un plus vaste corpus (comprenant par exemple les sites Web de langue anglaise), d'autres contextes (politiques notamment), ou encore l'analyse de l'adjectif *responsable* soumis à d'autres bases nominales (*achat, consommation, écologie, tourisme, etc.*) amènerait à une connaissance plus approfondie du réseau synonymique particulièrement riche et complexe entretenu par les mots *responsabilité/ responsable* dans les deux langues-cultures.

En tout état de cause, deux réflexions se dégagent, qui nous permettent de signaler l'intérêt qu'une confrontation de ce type peut avoir pour une meilleure compréhension des phénomènes de circulation des concepts, même au sein de l'espace européen.

D'une part, la « transparence interlinguistique » (Hausmann, 2004) des termes n'empêche pas qu'ils aient des valeurs d'usage linguistique et pragmatique différentes d'un pays à un autre : l'étude comparée des pratiques discursives vient ici rappeler, si besoin était, que l'adaptation terminologique ne peut transcender l'horizon d'attente des pays dans lesquels le mot nouveau est importé.

D'autre part, les synonymes intralinguaux pris ici en examen posent de manière aiguë le problème de l'ajustement de « concepts transnationaux » (Goldman, 2007) au profit d'une unique traduction de termes. Il s'agit là d'un aspect éminemment complexe de la terminologie : celui de l'harmonisation linguistique et culturelle qui tend inévitablement, d'après Hersent (2007 : 160) dont on est amenée à partager le point de vue, à la diffusion « d'un mode de représentation du monde, d'un mode de pensée, d'un mode de vie » uniformes.

D'autres séries de doublets ont d'ailleurs soulevé le même type de questions : on pense notamment au couple *mondialisation/globalisation*, ou encore aux adjectifs *soutenable/durable* analysés par Paissa (2007).

Notes

¹ La problématique de la *responsabilité*, « un mot clé du monde contemporain » (Y. Amar, « Les mots de l'actualité », RFI, 30/01/2008), est également en pleine émergence dans le monde de l'information et de la communication, comme le prouvent le n° 22 de *Semen* (2006) et le n° 13 de *Questions de communication* (2008) consacrés à la responsabilité dans la presse.

² Les chiffres entre crochets renvoient aux citations extraites de sites Web d'entreprises référencés dans la sitographie.

³ Notre corpus obtenu à l'aide du moteur de recherche Google, se compose d'une trentaine de sites, en langues française et italienne.

⁴ *Livre vert de la Commission européenne, Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises*, 2001, p.7

⁵ L'usage de l'adjectif *sociétal*, conforme à la tradition américaine, est cependant critiqué par les spécialistes (par exemple, Chaveau, Rosé, 2003 : 250).

⁶ *Le Dictionnaire culturel* (2005) et le *Petit Robert* (2008).

⁷ On le sait, « l'absence pour une unité lexicale récente est susceptible d'être justifiée par la périodicité des remises à jour des dictionnaires » (Cusin-Berche, 1999 : 21).

⁸ En fait, il semble que le flou terminologique réponde à une volonté délibérée de la part des économistes de proposer une définition suffisamment malléable pour autoriser un large champ de manoeuvre à l'entreprise (Chaveau, Rosé, 2003 : 252-254).

⁹ Les conditions dans lesquelles est due l'apparition en français de ces deux néologismes dénominatifs sont connues. Le concept s'énonce d'abord sous la forme *citoyenneté d'entreprise*. Celle-ci est apparue pour la première fois en 1991 dans la *Charte* du Centre des Jeunes Dirigeants présentée au sein de l'Union européenne qui, sous l'impulsion de Jacques Delors, prônait une participation majeure des entreprises dans la lutte contre l'exclusion sociale. De ce texte, signé à Bruxelles quelques années plus tard, est né un réseau d'entreprises européennes d'abord appelé *The European Business Network for Social Cohesion*. Celui-ci change d'appellation en 2000, abandonnant la *Social Cohesion* au profit de la *Social Responsibility* : il devient *Corporate Social Responsibility*, *Responsabilité Sociale d'Entreprise* en français. C'est ainsi que le concept a subi un changement de formule et que la *citoyenneté* « a été absorbée » par la *responsabilité sociale*, une expression « dont la compréhension est géographiquement plus large », notent Chaveau et Rosé (2003 : 252-255).

¹⁰ Ce qui explique sans doute la longévité de la formule...

¹¹ Cf. l'enquête de Duchesne, 1997.

¹² A. Kahn, « Le vice est une bonne action », *Le Monde*, 13-14 septembre 2009.

¹³ Ceci est bien connu : dans les dictionnaires, « ce sont essentiellement les exemples et/ou les collocations qui sont chargés de rendre compte de la façon dont le sens se spécifie dans des pratiques sociales » (Branca-Rosof, 1998 : 28).

¹⁴ La répétition lexicale étant un « procédé jugé inélégant » du point de vue rhétorique (Rey-Debove, 1997 : 94).

¹⁵ Ce procédé est d'ailleurs très utilisé en publicité (Grunig, 1998 : 102).

¹⁶ La dérivation préfixale avec *éco-* est extrêmement productive et va de pair avec l'engouement actuel pour tout ce qui touche à l'écologie. A titre illustratif, quelques exemples glanés dans la presse datée novembre 2009 : *éco-management*, *éco-quartier*, *éco-emballage*, *écoefficacités*, *écolabel*, *écoefficience*, *écomobilité*, etc. sans compter l'*écotourisme*.

¹⁷ Les néologismes *éco-citoyenneté/éco-citoyen*, fréquemment attestés dans nos sites, ne font que fonder de nouveaux synonymes absolus à *éco-responsabilité/éco-responsable*. En plus, ils rapprochent et neutralisent en quelque sorte les noms *citoyenneté/responsabilité* et les adjectifs *citoyen/responsable* sur les plans formel et sémantique.

¹⁸ En français, l'expression *responsabilité éthique* ne figure pas dans notre corpus, bien qu'elle soit attestée chez les spécialistes.

¹⁹ Comme le note Duchesne (1997 : 13), l'utilisation de l'adjectif *citoyen* à la place de *civique*, marqué comme vieilli par le *Trésor de la Langue française* est en fait actuellement dominant en français contemporain. A titre illustratif : *marche, manifestation, initiative citoyenne, site web, atelier citoyen*, ou encore *Service national citoyen (ou réserve citoyenne)* (l'équivalent du « *servizio volontario civile* » italien).

²⁰ Qu'il soit ici remercié pour ses suggestions précieuses.

Bibliographie

Benveniste, E., 1974. « Deux modèles linguistiques de la cité ». *Problèmes de linguistique générale*, 2, Paris : Gallimard, p. 272-280.

Branca-Rosoff, S., 1998. « Le mot comme notion hétérogène. Linguistique, histoire discours ». *Langues et Langage*, n°7, p. 7-39.

Chauveau, A, Rosé, J.-J, 2003. *L'entreprise responsable*. Paris : Editions d'organisation.

Celotti, N. (2002). « La culture dans les dictionnaires bilingues : Où ? Comment ? Laquelle ? », *Revue de didactologie des langues-cultures*, n°128, p. 455-466.

Cusin-Berche, F., 1999. « La notion « d'unité lexicale » en linguistique et son usage en lexicologie ». *Linx*, n°40, p. 11-32.

Depecker, L., 2002. *Entre signe et concept. Eléments de terminologie générale*. Paris : Presses Sorbonne Nouvelle.

Duchesne, S., 1997. « La citoyenneté ». *Cahiers du CEVIPOF*, n°18, Paris, p. 9-60.

Goldman, N., 2007. « Un dictionnaire de concepts transnationaux : le projet 'Iberconceptos' ». *Hermès*, n°49, p. 77-82.

Grunig, B., 1998. *Les mots de la publicité*. Paris : CNRS éditions.

Hausmann, F.J., 2004. « La transparence et l'obstacle, Essai de chrestolexicographie ». *Revue de didactologie des langues-cultures*, n°128, p. 447-454.

Hersent, J.-F., 2007. « Traduire : rencontre ou affrontement entre les cultures ? ». *Hermès*, n°49, p. 159-168.

Kerbrat-Orecchioni, C., 1977. *La connotation*. Lyon : Pul.

Kleiber, G., 2009. « La synonymie « identité de sens » n'est pas un mythe. *Pratiques*, n°141-142, juin, p.9-25.

Leca, J., 1983., « Questions sur la citoyenneté », *Projet*, n°171-172, p. 113-125.

Lhomme, M.-C., 2003. « Les combinaisons lexicales spécialisées (CLS). Description lexicographique et intégration aux banques de terminologie ». In : F. Grossman, A. Tutin (dir.). *Les collocations. Analyse et traitement*. Herengracht : Editions 'De Werelt', p. 75-87.

Masseron, C., 2009. « Les paradoxes de la synonymie ». *Pratiques*, n°141-142, p.3-8.

Paissa, P., 2008. « Parasyonymes et euphémismes dans la médiatisation de quelques notions de l'économie de l'environnement. Le cas de développement durable/ soutenable ». In S. Cigada, M. Verna, *La sinonimia tra langue et parole nei codici francese e italiano*. Milano : Vita e pensiero, p-551-572.

Policar, A., 2005. « Citoyenneté ». In G. Ferreol, G. Juquois (dir.). *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*. Paris : Armand Colin, p. 48-55.

Rey-Debove, J., 1997. « La synonymie ou les échanges de signes comme fondement de la sémantique ». *Langages*, n°128, p. 91-104.

Rusconi, G., 2006. *Il bilancio sociale. Economia, etica e responsabilità dell'impresa*. Roma : Ediesse.

Salmon, A., 2009. « L'entreprise providence. Un espace économique mondialisé sous contrôle éthique ? ». *Connexions*, n°91, p. 193-210.

Sitographie

[1] CSR Europe's General Assembly, Bruxelles, 11/06/09, <http://www.csreurope.org> (consulté le 19/10/09)

[2] <http://www.dgflf.culture.gouv.fr/cogeter/28-12-06-economie.htm> (consulté le 17/10/09)

[3] <http://www.bayer.fr/75-presentation> (consulté le 10/01/10)

[4] <http://www.total.com/fr/groupe/presentation-du-groupe/profil-groupe-600127.html> (consulté le 10/01/10)

[5] <http://www.michelinrecrute.fr/recrute/fr/bref/entreprise-responsable/20080602153740.html/> (consulté le 17/10/09)

[6] <http://www.groupama.com/article.jspz?id=2232> (consulté le 10/01/10)

[7] <http://www.constructeurdemaison.net/constructeur-maison/gironde-33/> (consulté le 10/01/10)

[8] http://www.martinierossi.it/#/responsabilita_sociale/ (consulté le 18/12/09)

[9],[10] <http://www.fondiaria-sai.it> (consulté le 20/11/09)

[11] <http://www.pasell.it/csr.swf> (consulté le 18/12/09)

[12] http://www.csipiemonte.it/consorzio/az_responsabile/index.htm (consulté le 19/09/09)

[13] <https://www.gruppobancasella.it> (consulté le 28/12/09)

[14] <http://www.logica.fr/file/14304> (consulté le 19/10/09)

[15] http://www.novartis.fr/downloads/citoyennete-entreprise/fiche_citoyennete-entreprise_2007.pdf (consulté le 17/10/09)

[16] <http://flandre-ateliers.com/> (consulté le 10/09/09)

[17] <http://www.altadev.com/fr/qui-sommes-nous/valeurs.html> (consulté le 09/09/09)

[18] <http://www1.euro.dell.com/ma/fr/> (consulté le 10/10/09)

[19] <http://www.lacentrale-eco.com/mon-entreprise-eco-responsable.html> (consulté le 09/09/09)

[20] <http://www.unicreditgroup.eu/ucg-static/downloads/1.pdf> (consulté le 10/01/10)

[21] cf. [13]

[22] http://www.plastic-planet.it/pdf/codice_comportamento_etico.pdf (consulté le 28/12/09)

[23] <http://www.airport.genova.it/v2/images/stories/file/AGS-codice-etico.pdf> (consulté le 10/01/10)

[24] http://www.barillafoodservice.it/it/branding_valori.html (consulté le 10/12/09)

Présentation de l'auteure

Françoise Rigat est enseignante-chercheuse de linguistique française à la Faculté des Sciences Politiques de Turin. Elle s'intéresse, d'une manière générale, à l'analyse de discours dans une approche contrastive (français-italien). Ses recherches portent sur les textes expographiques et actuellement, sur les discours politique et promotionnel.