



## La citoyenneté à l'épreuve de l'entreprise

par Michel de Laforce

**« Être citoyen : exercer le pouvoir ou jouir de droits fondamentaux ? (1) »** Une telle question interpelle bien évidemment le syndicaliste cadre ! En effet, son implication auprès de ses collègues, dans l'entreprise, montre à elle seule que l'individu ne peut être enfermé dans un simple rôle de producteur consommateur. Comment, dans notre société libérale et individualiste, donner sa place à la citoyenneté ?

### L'entreprise citoyenne : du slogan à l'analyse

« Loin d'être démonétisé, force est de constater que le mot de citoyenneté connaît un très vif engouement », reconnaît Éric Desmons, professeur de droit à Sciences-Po et dans deux grandes universités parisiennes. « Dans ces conditions, il est fort compréhensible que la tentation d'en abuser soit grande ». En effet, que penser de tel « observatoire citoyen », d'un « café citoyen », de démarches ou de gestes citoyens ? A croire que ce mot est devenu le dernier refrain à la mode ! Comment, dans ce contexte, se définirait « l'entreprise citoyenne » ? S'agirait-il seulement de ne pas polluer la planète et de favoriser les économies d'énergie ? Le débat n'est pas sans rappeler celui sur la responsabilité sociale de l'entreprise (voir notre note récente sur ce thème). Là encore, il faut prendre garde à un usage trop banal et extensif du terme, qui deviendrait une sorte de distributeur automatique de bonne conscience. Être citoyen, est-ce seulement se comporter de manière polie, éthique, civique, paritaire, solidaire, militante ? Un peu de tout cela à la fois, mais peut-on s'arrêter là ?

### La démocratie dans l'entreprise : un pari citoyen

En effet, la citoyenneté est un acte fort. Celui par lequel l'individu se place au cœur de la cité, et lie son destin à celui d'hommes et de femmes « libres et égaux en droits ». Avec tous les devoirs que comporte cet engagement. Dans le domaine strictement politique, le citoyen est « membre d'une communauté organisée » et acteur de la démocratie. Son pouvoir s'exprime le plus souvent lors d'élections où il choisit ses représentants. Le monde syndical a repris ce mode de fonctionnement en introduisant la démocratie participative dans l'entreprise. Une telle démarche n'a rien d'évident puisqu'elle entre en concurrence avec le modèle hiérarchique qui régit l'entreprise : les conflits sociaux sont là pour le rappeler !

L'engagement du syndicaliste cadre dénote son intérêt pour ce qui se passe dans son entreprise, au-delà de la simple production de biens ou de services. Pour lui, il n'est pas question de cloisonner l'individu, qui serait, selon les heures, un « citoyen abstrait et un homme privé enchâssé dans le social et l'économique ». Sa force réside justement dans le fait qu'il refuse cette dichotomie. Mettant l'entreprise au défi de respecter les mêmes règles que la cité, il prévient les abus de la seule loi du marché.

## Syndicaliste cadre et citoyen, avec des droits et des devoirs

L'engagement syndical s'inscrit donc dans les valeurs fondamentales de la citoyenneté. Il n'est pas étonnant d'y retrouver les notions de droits et de devoirs.

Ainsi, tout comme les citoyens d'un État démocratique, les salariés syndiqués ont :

- le « *droit égal de désigner des représentants comme celui d'être élu* » (article 6 de la déclaration de 1789),
- la capacité de désigner et de contrôler ceux qui gouvernent, selon une logique représentative,
- le droit et le devoir de revendiquer une prise de participation aux décisions,
- le droit d'exprimer un choix, et ne pas « *avaliser sans broncher* »,
- le devoir d'être « *solidairement liés les uns aux autres, dans l'espace et dans le temps* ».

Pour les élus, et notamment pour les syndicalistes cadres, il s'agit alors d'être capable :

- de créer du lien social en dehors « *de l'intérêt et du calcul, du marché et de l'échange* »,
- de « *garantir des droits existants* »,
- de gérer « *par la justice et le droit, la discorde qui naît* » entre les individus,
- de revendiquer d'autres droits « *afin de perfectionner l'ordre juridique existant* », de renforcer la protection des droits et des intérêts,
- d'« *assurer la garantie des droits et libertés face à d'éventuels abus de pouvoir* » en usant de leur « *droit de résistance à l'autorité* »,

En retour, ces représentants élus doivent être jugés capables, compétents, responsables et rationnels. Voilà qui redonne du poids à la notion de citoyenneté ! Les Anciens ne s'y étaient pas trompés pour qui être citoyen était – et reste pour nous, syndicalistes cadres –, un véritable « métier » qui s'exerce à plein temps, au cœur de la cité.

(1) *La citoyenneté contre le marché ?*, par Éric Desmons, PUF, 154 p., 13 €

### EXTRAITS

***La démocratie de contrôle, un enjeu central pour le syndicalisme cadre*** - « *La souveraineté du peuple – et par conséquent la citoyenneté démocratique – se manifesterait d'abord, de nos jours, comme une puissance de refus ou d'influence, sur fond d'exigence de transparence : s'est imposée sur ce mode la souveraineté d'un peuple veto, en mobilisation constante, et qui s'exprime par la grève, la pétition, l'activité juridique des associations, les manifestations, les forums sociaux, les ONG, les collectifs de tout crin, bref, par ce que la science politique nomme 'les formes de participation non conventionnelle'. [...] Point besoin d'être un observateur averti pour savoir que de nos jours, en France, toute loi importante doit désormais obtenir la ratification de l'opinion, et que 'la rue' possède en la matière un pouvoir de sanction non négligeable.* »

***La citoyenneté contre le marché ?***, par Éric Desmons, *op. cit.*

***La visibilité médiatique, un préalable à ne jamais perdre de vue*** - « *Notre démocratie est devenue essentiellement, par l'effet de la révolution des techniques d'information et de communication, une démocratie d'opinion dans laquelle le plus obscur des citoyens, devant son clavier d'ordinateur, sur son blog, peut s'adresser au monde entier. La caractéristique de ce type de démocratie serait d'être médiatique, directe et permanente. [...] C'est bien sûr le caractère médiatique de cette démocratie d'opinion qui en constitue véritablement la pièce originale : c'est ce qui lui donne sa permanence et son caractère direct. Le travail de l'opinion – il faudrait en réalité dire des opinions – n'a en effet d'efficacité que s'il bénéficie de relais dans la presse écrite, mais surtout audiovisuelle. Car l'opinion a besoin d'être mise en forme – 'en ligne' – et surtout en images : elle doit être médiatisée pour exister. Sans l'écho fourni par une amplification médiatique, une dimension importante de la démocratie d'opinion, sans pour autant totalement disparaître, perdrait énormément en intensité.* »

***La citoyenneté contre le marché ?***, par Éric Desmons, *op. cit.*