

PRATIQUES ÉTHIQUES EN RELATIONS PUBLIQUES

La transparence en trompe-l'œil

Libaert, T. (2003). « Une transparence manifeste » (pages 15 à 26) ainsi que « Les fondements de la transparence » (pages 135 à 157), dans *La transparence en trompe-l'œil*. Paris : Éditions Descartes et Cie.

Une transparence manifeste

« Transparence des choses, à travers lesquelles brille le passé. »

Vladimir Nabokov¹

1. Une notion ambiguë

La transparence est une notion de sciences physiques qui indique la propriété de se laisser traverser par la lumière, de distinguer les objets à travers une épaisseur (Larousse).

Apparue en 1361 sous la plume d'Oresme et devenue juridique par les nombreuses réglementations commerciales, cette notion s'est transmise au domaine politique et médiatique. La transparence est désormais la propriété de ce qui se laisse voir facilement.

Il est toujours intéressant de s'interroger sur les raisons du succès d'un concept ou d'une expression. Pour exprimer la

1. V. Nabokov, *La Transparence des choses*, Folio, 1979, p. 12.

même propriété, d'autres termes auraient pu être choisis et cela d'autant plus que la transparence comporte une connotation négative. La transparence exprime l'idée de passage et de fluidité, elle permet au regard de traverser l'objet mais ne l'arrête pas. Ainsi, dire d'une personne qu'elle est transparente implique l'idée d'une absence de caractéristiques affirmées, d'aspérités saillantes, de personnalité marquante.

La translucidité est une notion voisine, elle confère pourtant une propriété plus faible puisque l'objet translucide ne permet pas d'atteindre la netteté de la perception.

La limpidité est la qualité de ce qui est pur, simple, clair. Elle signifie également la simplicité et la franchise, l'absence de trouble.

La clarté, enfin, symbolise davantage la mise en lumière, la faculté de distinction et d'intelligibilité.

Au départ notion physique, la transparence s'étend à de nombreux domaines et acquiert des significations particulières. Ainsi, dans l'art, percevoir une transparence dans une œuvre indique un ordonnancement permettant de distinguer « simultanément plusieurs couches spatiales. Non seulement l'espace se déploie, mais il est fluctuant, et ce, en une activité permanente² ». Suivant cette définition, Colin Rowe et Robert Slutzky notent : « La transparence n'est plus ce qui est parfaitement clair, mais elle devient, a contrario, une chose clairement ambiguë³. »

C'est pourtant la transparence qui a émergé et s'est développée pour signifier l'idée de clarté. Davantage que les autres

2. G. Kepes, *The Language of Vision*, P. Theobald, 1944, p. 77.

3. C. Rowe, R. Slutzky, *Transparence réelle et virtuelle*, Éditions du Demi-cercle (Bâle 1968), Paris, 1992, p. 37.

termes, la transparence nous renvoie à l'idée du verre, d'une vitre, d'un écran et il est possible que l'omniprésence médiatique ait un effet dans l'ampleur de la diffusion du concept.

Thème employé dans la quasi-totalité des activités humaines, la transparence doit pouvoir être appréhendée à quatre niveaux :

– La transparence individuelle ; de moi à moi, qui me permet de mieux me comprendre par la connaissance de mon histoire familiale, culturelle, génétique...

– La transparence d'autrui ; de moi vers les autres, qui me permet d'observer, voire de surveiller les autres. La télé réalité ou les web cams me donnent la possibilité de suivre des instants de la vie d'autrui et souvent de combler un désir de voyeurisme.

– La transparence personnelle ; des autres envers moi, autorise autrui à me suivre par l'interconnexion des fichiers, par les caméras de surveillance, par les traces électroniques que je laisse.

– La transparence sociale ; de la société envers elle-même. C'est elle qui fait débat car elle conditionne les formes précédentes et concerne des pans entiers de mon existence. Elle s'impose idéologiquement en Occident et se traduit politiquement et juridiquement pour nous concerner individuellement.

Il convient aussi d'observer que la transparence ne saurait exister en soi, elle ne prend ses caractéristiques qu'en fonction d'un regard. La transparence n'existe pas dans l'absolu, pour la définir il faut utiliser un raisonnement relatif : un objet n'est transparent que dans le cadre d'une relation, d'une durée, de caractéristiques précises. La transparence est étymologiquement la faculté de paraître (*parere*) au travers (*trans*), mais

pour ce faire elle doit intégrer les caractéristiques de l'objet. Ainsi, le verre est transparent à la lumière, il ne l'est pas aux rayons ultraviolets. La transparence n'existe que par rapport à un objet, jamais en soi.

McLuhan nous a appris en 1964 que « le message, c'est le médium », à savoir que le canal de diffusion a une influence, voire détermine le contenu du message. Il en est de même avec la transparence, celle-ci dépendra toujours du média considéré et de sa relation avec l'objet. Plutôt qu'une faculté de mise en lumière, la transparence doit donc être définie comme un processus relatif d'accessibilité de données informationnelles.

La transparence est toujours une revisitation, une relecture. C'est l'intentionnalité du regard qui lui fournit le sens, c'est l'éducation qui permet le classement et la hiérarchisation des informations, c'est le canal qui procure les données. Il n'y a de transparence que dans le cadre d'un système complexe, qu'il soit physique, médiatique ou politique.

La transparence nous renvoie d'abord à un regard, une visibilité. L'eau peut être transparente, cela n'empêchera pas l'observation d'être trompeuse. L'évaluation de sa profondeur est souvent difficile, le pouvoir de réfraction déforme les objets et la perception de pureté pourra être altérée par la présence de particules toxiques invisibles à l'œil nu. Parfois trompeuse physiquement pour l'eau ou la vitre, la transparence s'applique au corps social. La transparence ne relève-t-elle que du domaine de l'image ? Dans cette hypothèse elle apparaîtrait singulièrement tronquée puisqu'elle réduirait le pouvoir de la parole, du son. Or, l'omniprésence de la symbolique de l'image dans la recherche de la transparence témoigne sans doute du pouvoir médiatique puisque tout fonctionne comme si l'écran s'était substitué à la vitre comme référence de cette nouvelle finalité.

2. Une notion qui émerge progressivement

D'avantage qu'une mode, la transparence semble désormais bien ancrée dans notre système politique et économique puisqu'elle se situe au confluent de trois phénomènes.

– Un phénomène de court terme lié à la multiplication d'événements médiatisés mettant en cause la légitimité et la crédibilité des organisations politiques et économiques. La concomitance au milieu des années 80 des affaires de Tchernobyl, du sang contaminé, du *Rainbow Warrior*, de l'amiante, en passant par les problèmes liés à la sécurité de la filière alimentaire (vache folle, volailles et boissons gazeuses à la dioxine, listériose, OGM...) a entraîné une méfiance forte de l'opinion envers la parole publique. La transparence devient un argument de combat dans une revendication de sécurité sanitaire et environnementale, elle prend ses racines dans le passif de la communication organisationnelle, politique et économique. D'avantage qu'en raison des révélations sur l'existence des *affaires*, c'est de la défaillance de la parole publique qu'émerge et se forge le principe de transparence.

– Cette mauvaise gestion communicationnelle de crise s'est accompagnée d'un phénomène de moyen terme lié à l'évolution de la parole de l'entreprise. Celle-ci, pour reprendre l'expression de Nicole d'Almeida⁴, « est devenue une société à responsabilité illimitée » en raison d'un désengagement progressif de l'État, voire de la perception de son impuissance à résoudre la plupart des problèmes environnants. Élargissant

4. N. d'Almeida, *L'Entreprise à responsabilité illimitée*, Liaisons, 1996.

le thème lié à sa finalité première, la poursuite du profit, l'entreprise a été conduite à communiquer sur des thèmes politiques comme l'environnement, la solidarité ou la culture. La visibilité sociale des entreprises s'est accompagnée d'une demande d'exemplarité sur l'ensemble de ses activités, renforcée par l'effet mécanique de l'émergence de supports médiatiques appropriés, dans le domaine économique⁵.

– Le phénomène de long terme s'inscrit également en conjonction de plusieurs paramètres.

1. Le poids de la technique permet la traçabilité de tous nos produits, les ressources informatiques, téléphoniques et les cartes à mémoire peuvent capter tout message et interconnecter une multitude de fichiers. Le web autorise chacun à accéder immédiatement à l'information.

2. Le second paramètre repose sur un terrain ambigu, construit de désirs et de contraintes, et s'exprime par une revendication sécuritaire de surveillance. Surveillé et être surveillé sont les deux faces d'une même croyance : la société progresserait si elle était mieux surveillée, donc transparente. La transparence deviendrait ainsi l'alibi moderne d'une ancienne revendication sécuritaire.

3. La complexification des phénomènes et des processus économiques, sociaux, financiers, a organisé un inextricable écheveau d'acteurs, de composants, d'interactions. Chaque produit consommé résulte d'un mélange de pièces et d'intermédiaires souvent lointains. La demande de traçabilité et donc de transparence intervient comme facteur explicatif en

5. Cela se traduit dans la presse écrite (*L'Expansion, Le Nouvel Économiste, La Tribune, Les Échos, Challenger, Capital...*), dans les radios d'information comme BFM ou les chaînes câblées comme Bloomberg T.V.

comblement de cette distorsion et de la perte de visibilité de nos fournisseurs traditionnels.

4. Enfin, la transparence apparaît comme la nouvelle idéologie médiatique. L'affirmation que tout peut être vu, photographié, imprimé est, derrière une apparence de liberté, une ouverture aux pouvoirs économiques des médias. Cette rencontre entre un intérêt économique bien compris et un désir de liberté et de sécurité n'est pas critiquable en soi, elle doit toutefois pouvoir se comprendre dans un mouvement global dans lequel la communication s'inscrit en idéologie dominante et s'assimile à la notion de progrès en succession des croyances religieuses ou des idéologies politiques. Après les idéologies du sauveur ou du grand soir, nous vivons sur l'idée qu'il convient de communiquer plus et mieux pour être heureux et que la modalité effective permettant la communication réside dans l'accroissement de la transparence.

L'évolution juridique fut un des principaux amplificateurs de transparence puisqu'elle la plaça progressivement au centre de ses préoccupations. Le contrat, base de notre édifice juridique, tire sa force de son opposabilité aux tiers. De fait, tout accord entre parties se devait d'être communicable aux tiers.

Certains actes devaient être communicables antérieurement à leur réalisation afin de permettre à chacun de pouvoir en dénoncer le fondement, c'est le cas par exemple de la publication des bans du mariage.

Le droit des affaires est le domaine le plus concerné puisque « les principes du libéralisme et de la concurrence postulent la transparence parfaite du marché⁶ ». Chacun devant avoir la

6. Y.-H. Bonello, *Le Secret*, Que sais-je ?, PUF, 1998, p. 122.

même information, il convenait de supprimer tout obstacle aux lois du marché. Le recours à l'épargne dut faire l'objet d'une publication au Bulletin officiel des annonces légales obligatoires (BALO), les transactions boursières furent progressivement l'objet de contrôle de la part d'autorités de régulation, d'abord aux États-Unis dès 1934, puis en France plus tardivement avec la création en 1967 de la Commission des opérations de bourse. Il fallut attendre la loi du 2 août 1989 relative à la sécurité et à la transparence du marché financier pour voir ses pouvoirs devenir significatifs et lui permettre de disposer de pouvoirs coercitifs.

Les libertés publiques ont également largement profité de l'élargissement de la transparence. On peut y voir un indice dans le développement des textes législatifs permettant à tout citoyen d'avoir accès aux décisions et documents le concernant. Il en fut ainsi de la loi du 6 janvier 1978 permettant à chacun d'exercer un droit d'accès aux fichiers informatiques le concernant, la loi du 17 juillet 1978 autorisant la communication de documents administratifs, la loi du 11 juillet 1979 qui pose le principe de la motivation de toutes les décisions administratives individuelles défavorables. Ces principes sont généralement relayés dans le cadre du droit européen. Il en est ainsi pour le droit d'accès qui a fait l'objet d'une reconnaissance institutionnelle au travers de l'article 255 CE du traité de Rome (modifié par le traité d'Amsterdam) qui stipule : « Tout citoyen de l'Union et toute personne physique ou morale résidant ou ayant un siège dans un État membre a un droit d'accès aux documents du Parlement européen, du Conseil et de la Commission, sous réserve des principes qui seraient fixés conformément aux paragraphes 2 et 3 ».

3. Une notion désormais omniprésente

A l'origine simple paramètre d'amélioration de relations contractuelles, le principe de transparence « s'avère finalement promu au rang de véritable rouage de l'ordonnancement juridique⁷ ».

Les textes anciens sont ainsi modernisés dans le sens d'une transparence accrue à l'exemple de la loi du 17 juillet 1978 relative à l'accès aux documents administratifs et modifiée par la loi du 12 avril 2001. Le financement de la vie politique est régi par la loi du 11 mars 1988 relative à la transparence financière de la vie politique⁸, la vie économique par celle du 29 janvier 1993 relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques, la vie financière par la loi du 2 juillet 1996 sur la modernisation des activités financières et la transparence des marchés. Le décret du 5 juillet 2001 relatif à la transparence et la sécurité nucléaire a créé un haut comité de transparence afin de veiller à la qualité et à la fiabilité de l'information diffusée au public. Une nouvelle loi est en préparation sur ce même sujet.

Parallèlement de nombreux textes font de la transparence un axe central. C'est ainsi que la loi du 27 février 2002 relative à la démocratie de proximité et notamment son titre IV « De la participation du public à l'élaboration des grands projets », renforce les pouvoirs de contrôle de la Commission nationale de débat public sur l'information des individus

7. A. Reygrobelle, *Les Vertus de la transparence*, Presses de Sciences-Po / Creda, 2001, p. 12.

8. Modifiée par la loi du 19 janvier 1995, du 8 février 1995 et du 4 janvier 1996.

concernés par des projets de développement industriel ou d'aménagement du territoire.

Cette emprise de la transparence est amenée à s'amplifier, ne serait-ce que dans le droit des affaires où, après la débâcle de l'affaire Enron, une des premières entreprises énergétiques mondiales, chacun a pu convenir du caractère trop laxiste du contrôle exercé par certains organismes de certification des comptes des entreprises. Une réforme des règles de l'audit apparaît inéluctable pour une meilleure information des actionnaires. Il en sera vraisemblablement de même dans le secteur bancaire où le principe du secret devrait progressivement s'effriter sous la logique de la lutte antiterroriste.

4. L'entreprise transparente

L'entreprise se voit imposer de nouvelles obligations. Ainsi, les sociétés françaises cotées en bourse doivent faire figurer depuis le 1^{er} janvier 2003 dans leur rapport annuel, des informations relatives à leurs pratiques sociales et environnementales. La loi du 2 mai 2001 précise ainsi que, dans le domaine environnemental, les entreprises devront publier « la consommation des ressources en eau, matières premières et énergie avec, le cas échéant, les mesures prises pour améliorer l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables, les conditions d'utilisation des sols, les rejets dans l'air, l'eau et le sol, les nuisances sonores ou olfactives... ». Et ces obligations devraient s'accroître, particulièrement avec la publication des émissions de gaz à effet de serre.

Dans le domaine publicitaire, une des évolutions les plus significatives provient de la loi du 29 janvier 1993, dite loi

Sapin et notamment de son article 20 qui vise à améliorer la transparence dans les rapports entre agences de publicité, annonceurs et supports publicitaires. Concrètement, elle prohibe le principe de la double rémunération des centrales d'achat d'espace publicitaire, certaines se faisant payer tout à la fois par l'entreprise (l'annonceur) et par les supports (télévision, presse). Désormais la facture doit être adressée en double exemplaire à l'agence et à l'entreprise qui peut ainsi vérifier l'absence de double commission.

La transparence affecte l'architecture de l'entreprise et ses produits. Les liquides deviennent cristallins, les flacons incolores et les emballages invisibles. Le produit doit offrir l'idée d'une pureté absolue, sans colorants ni additifs, le plus clair possible. Le cola devient transparent, les pots de peinture se vendent sans plastique afin de prouver l'exactitude de la couleur, même les cosmétiques se proposent incolores pour mieux souligner « l'éclat naturel de votre peau ».

Cette transparence, l'entreprise doit l'appliquer à tous les niveaux. Professeur en sciences de gestion, André Boyer l'affirme clairement : « l'exigence de la transparence s'impose⁹ ». Et elle s'impose parce que le marché l'exige, parce que « l'opinion publique, et plus particulièrement les médias et les consommateurs exigent plus de transparence sur les conditions de fabrication¹⁰ » et parce que « les investisseurs ne veulent pas de mauvaise surprise, ils souhaitent que les entreprises soient de plus en plus transparentes¹¹ ». L'entreprise

9. A. Boyer, *L'Impossible Éthique des entreprises*, Éditions d'Organisation, 2002, p. 82.

10. A. Boyer, *op. cit.*, p. 97.

11. A. Boyer, *op. cit.*, p. 98.

La transparence en trompe-l'œil

n'aurait plus aucune latitude d'action, la transparence ne se négocie pas. Le marché, le consommateur, le citoyen, l'investisseur, chacun l'exigerait.