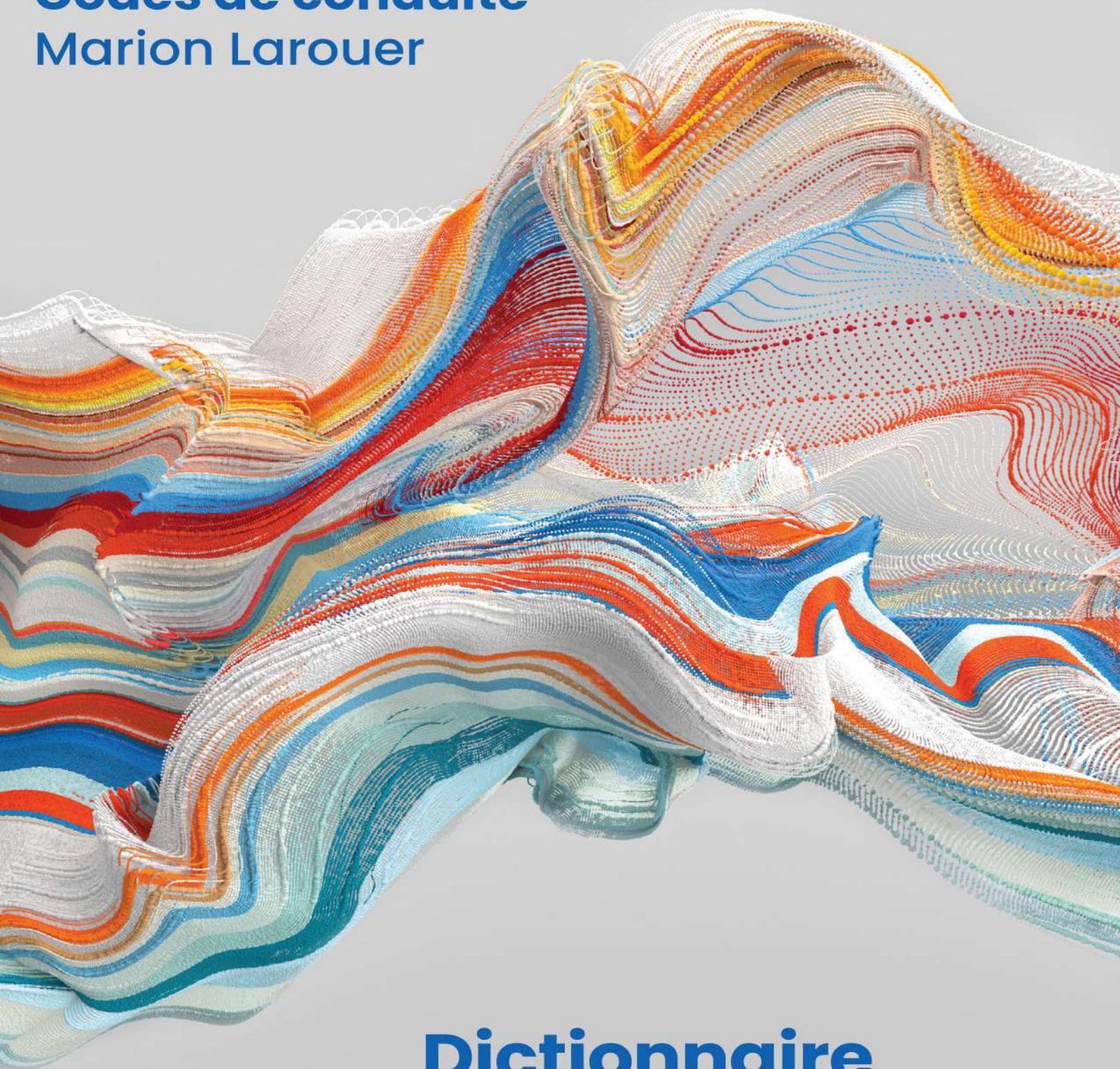


Codes de conduite
Marion Larouer



Lex Electronica
Volume 29-3

**Dictionnaire
de la
norme** Formaliser
l'informel

Sous la direction de
Vincent Gautrais

Notice importante : Le projet de *Dictionnaire de la norme* est initié et soutenu par la Chaire L.R Wilson en droit des technologies de l'information et du commerce électronique. La Revue scientifique *Lex Electronica* du Centre de recherche en droit public (CRDP) de l'Université de Montréal accueille ce projet en lui consacrant un dossier spécial ouvert. Outre la version numérique, le projet paraîtra également en format papier.

CODES DE CONDUITE

ii

Marion LAROUER¹

Marion LAROUER
Codes de conduite

¹ Maître de conférences en droit privé, Université Toulouse Capitole 2, Rue du Doyen Gabriel Marty, 31000 Toulouse, France , IDETCOM EA785. Courriel : marion.larouer@ut-capitole.fr

Table des matières

Introduction

1. Une approche unitaire des codes de conduite face à leur diversité **3**

1.1 Le déploiement des codes de conduite	3
1.1.1 Genèse	4
1.1.2 Champs d'application	4
1.2 L'adoption des codes de conduite	7
1.2.1 typologie des codes de conduite suivant l'initiative de l'adoption	7
1.2.2 Typologie des codes suivant le mode de décision	10
1.3 Les fonctions des codes de conduite	12
1.3.1 Codes de conduite à vocation comportementale	12
1.3.2 Codes de conduite à visée d'application des textes	13

iii

2. Le positionnement des codes de conduite au sein de la théorie générale des sources du droit **13**

2.1 Les effets juridiques des codes de conduite	14
2.1.1 La réception des codes par le système juridique	14
2.1.2 Les codes de conduite comme normes de droit souple	15
2.2 L'environnement normatif des codes de conduite	15
2.2.1 L'obligation de <i>reporting</i>	15
2.2.2 Le devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre	15

INTRODUCTION

[1] **Les codes de conduite, force agissante et fruit du renouvellement des sources du droit.** À l'heure où les sources du droit « *se renouvellent* » (LEHOT, 2001), où des normativités « *émergent* » de la mondialisation (BENYEKHLEF, 2008) de nouveaux rapports de pouvoir se nouent et des formes de régulation singulières s'observent. Les interactions verticales, qui sont caractéristiques de nos ordres juridiques étatiques, se doublent d'interactions plus horizontales, donnant lieu à des « *phénomènes de coordination sans hiérarchie* ». Le glissement de la pyramide au réseau (OST et de KERCHOVE, 2002) bouleverse la physionomie du paysage juridique. La réglementation cède le pas à la régulation, le thème de la gouvernance succède à celui du gouvernement. La production du droit relève de « *pôles nouveaux ou rénovés* » (DEUMIER et REVET, 2003, p. 1433), constitués notamment d'acteurs non étatiques ou d'opérateurs publics caractérisant la fragmentation du pouvoir étatique : organisations non gouvernementales, organismes de normalisation technique, autorités administratives indépendantes et entreprises transnationales. Cette « *polycentricité* » (ARNAUD, 2010, p. 409) s'accompagne assez naturellement de normes tout aussi inusuelles : avis, recommandations, déclarations de principes, codes et chartes de bonne conduite. Parmi ces outils qualifiés de « *droit souple* », discernons les codes de conduite adoptés par les entreprises, notamment multinationales. Le contexte de leur émergence, leur degré de structuration, la spécificité de leur auteur ainsi que les effets juridiques qu'ils sont à même de générer sont autant d'éléments qui traduisent leur originalité.

[2] **Définition(s).** Depuis l'émergence des codes de conduite d'origine privée dans les années 80 et leur prise en compte progressive dans la sphère juridique, des définitions doctrinales et plus institutionnelles ont proliféré. Retenons celle donnée par la Commission européenne en 2001 dans son livre vert relatif à la « *promotion d'un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises* ». Le code de conduite y est défini comme une

déclaration officielle des valeurs et pratiques commerciales d'une entreprise et, parfois, de ses fournisseurs. Un code énonce des normes minimales et atteste de l'engagement pris par l'entreprise de les observer et de les faire observer par ses contractants, sous-traitants, fournisseurs et concessionnaires. (Ce peut être un document extrêmement élaboré exigeant le respect de normes précises et prévoyant un mécanisme coercitif complexe)

[3] L'habileté de la définition élaborée par la Commission est remarquable. La vocation instrumentale des codes de conduite est clairement identifiée et leur normativité, aucunement déniée. Leurs traits caractéristiques sont manifestes.

[4] Le code est, d'une part, un **contenant**. De ce point de vue formel, le contenu est peu déterminant, il peut fluctuer (éthique des affaires ou du numérique) sans altérer la nature même du code en tant qu'outil. Le code concentre ainsi des caractéristiques indépendantes de son contenu : il est élaboré en vue de servir les intérêts de son auteur qui édicte des engagements pour lui-même ou autrui, le registre est recommandatoire et les modalités du contrôle de sa mise en œuvre sont non

autoritaires. Précisément, si le code revêt une forme juridiquement connotée, il reste en revanche du « *soft instrumentum* » (D'ASPREMONT, 2008, p. 1082), c'est-à-dire un contenant non obligatoire.

[5] C'est justement sa souplesse qui en fait un **outil de régulation** de premier plan pour :

- les entreprises privées, dans la mesure où le code est l'instrument normatif qui leur est le plus « naturel », le seul à leur portée, faute de bénéficier d'une légitimité pour édicter de véritables règles de droit ;
- les acteurs étatiques qui, en matière de « *droit économique* » (FARJAT, 2004), se munissent de codes ou appellent à leur adoption (v. *infra*), pour emporter plus facilement l'adhésion de leurs destinataires, engager un travail de coopération avec les opérateurs économiques et *in fine* instaurer une forme plus moderne d'intervention publique.

[6] Cet aspect formel est primordial vis-à-vis de la raison d'être du code de conduite. Celui-ci offre à son émetteur un cadre normatif minimal, adaptable et malléable en fonction de son objet et de son auteur. Il est une sorte de « couteau-suisse » que les acteurs privés ou publics emploient au soutien de leurs ambitions.

[7] Le code de conduite est, d'autre part, un **contenu**. Il consiste en une série d'engagements et/ou, plus rarement, de bonnes pratiques idéales ou déjà suivies dans un secteur et considérées comme les meilleures. En outre, le rappel du respect de la loi peut coexister avec des dispositions allant au-delà des obligations légales et comportant des prescriptions de comportements à adopter, générales ou plus opératoires.

[8] Le contenu a potentiellement des effets puissants vis-à-vis de l'aspect formel. Le code de conduite est parfois amené à « disparaître », à s'effacer en tant que contenant lorsque le contenu est absorbé par une qualification juridique acceptée par le système. Ainsi, les dispositions d'un code de conduite peuvent être assimilées à des dispositions d'un règlement intérieur ou revêtir l'habit d'un engagement unilatéral de volonté (v. *infra*, 2.). L'aspect matériel est ainsi décisif au regard de la valeur juridique des codes de conduite. Leur réception par le système juridique est un enjeu majeur, voulu ou non, tant pour les destinataires que les auteurs.

[9] Par sa forme et son objet, le code constitue ainsi un moyen de communication de valeurs et de principes, de promotion de l'image vertueuse d'une entreprise valorisée dès lors comme « citoyenne ».

[10] Perspectives. Au sein de l'ordre juridique français et européen, les codes de conduite connaissent une expansion notable. La *loi n° 2016-191 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique*, dite *Sapin 2*, les fait entrer en tant que tels dans l'ordonnancement juridique (l'art. 17 impose à certaines entreprises de se doter d'un code de conduite

anticorruption)². De façon exponentielle, les incitations d'origine européenne à l'adoption de codes se multiplient. Du règlement général sur la protection des données (RGPD) du 27 avril 2016 à la proposition de règlement établissant des règles harmonisées concernant l'intelligence artificielle du 21 avril 2021, le recours au code est immanquable³. En outre, au-delà du renvoi que peuvent opérer les textes aux codes – c'est-à-dire sans qu'il n'y ait une assise dans une législation – la Commission européenne a initié plusieurs projets multipartites. Citons par exemple le « Code de bonnes pratiques en matière de désinformation » adopté en 2018 (et renforcé en 2022) ou le « Code de conduite de l'UE pour la lutte contre les discours de haine » en 2016.

[11] La diversité des codes de conduite est manifeste :

- l'impulsion peut venir d'un acteur public à destination d'entreprises d'un secteur ou bien d'un acteur privé pour lui-même ou autrui ;
- les thématiques peuvent varier entre éthique des affaires et, plus récemment, du numérique.

[12] Une approche unitaire est privilégiée face à cette diversité (1.) afin de favoriser la compréhension du phénomène des codes de conduite. Cette première phase d'analyse laisse ensuite place à une réflexion plus brève sur le positionnement des codes au sein de la théorie générale des sources du droit (2.).

1. UNE APPROCHE UNITAIRE DES CODES DE CONDUITE FACE À LEUR DIVERSITÉ

[13] **Systématisation du phénomène des codes de conduite.** Les codes de conduite ne font pas l'objet d'une définition et d'un régime unique. Une certaine systématisation apparaît pourtant possible en considérant les différents aspects de leur déploiement (1.1), leurs modalités d'adoption (1.2) et leurs fonctions (1.3).

1.1 LE DÉPLOIEMENT DES CODES DE CONDUITE

[14] **L'espace de déploiement des codes de conduite.** C'est au fil du temps que le phénomène des codes s'est intensifié et que les frontières de leur influence se sont construites. Revenons à ce titre sur leur genèse (1.1.1) et leurs champs d'application (1.1.2).

² Avant 2016, une seule mention formelle des « codes de conduite » était observable et ce, dans l'article L121-4 du Code de la consommation relative aux pratiques commerciales trompeuses. Celui-ci dispose que : « Sont réputées trompeuses, au sens des articles L. 121-2 et L. 121-3, les pratiques commerciales qui ont pour objet : 1° Pour un professionnel, de se prétendre signataire d'un code de conduite alors qu'il ne l'est pas ; [...] 3° D'affirmer qu'un code de conduite a reçu l'approbation d'un organisme public ou privé alors que ce n'est pas le cas ».

³ L'art. 40 du RGPD dispose que « les États membres, les autorités de contrôle, le comité et la Commission encouragent l'élaboration de codes de conduite destinés à contribuer à la bonne application du présent règlement, compte tenu de la spécificité des différents secteurs de traitement et des besoins spécifiques des micro, petites et moyennes entreprises ». L'élaboration des codes visés incombe à des associations et autres organismes représentant des catégories de responsables du traitement ou de sous-traitants. Quant à la législation sur l'intelligence artificielle, l'art. 69 « établit un cadre pour la création de codes de conduite visant à encourager les fournisseurs de systèmes d'IA ne présentant pas de risque élevé à appliquer volontairement les exigences obligatoires pour les systèmes d'IA à haut risque (telles qu'énoncées au titre III). Les fournisseurs de systèmes d'IA ne présentant pas de risque élevé peuvent créer et mettre en œuvre eux-mêmes les codes de conduite. Ces codes peuvent aussi inclure des engagements volontaires liés, par exemple, à la durabilité environnementale, à l'accessibilité pour les personnes handicapées, à la participation des parties prenantes à la conception et au développement des systèmes d'IA et à la diversité des équipes de développement ».

1.1.1 GENÈSE

[15] Les codes de conduite privés apparaissent de façon sporadique aux États-Unis au début du XX^e s. En 1913, l'entreprise *Penney Company* formalise sept engagements d'ordre éthique reflétant la philosophie de son fondateur. En 1943, la première version du « *credo* » (le texte fondateur de l'entreprise) créée par *Johnson & Johnson* exprime les responsabilités de l'entreprise envers quatre parties prenantes : ses clients, ses employés, ses actionnaires et les communautés locales auprès desquelles les activités sont exercées.

[16] Les codes poursuivent une expansion modérée de 1930 à 1950. Ils portent essentiellement durant cette période sur une morale religieuse et contractuelle. Parallèlement à ces codes portés par des entreprises, il existe des démarches engagées par des personnes physiques, issues du milieu ecclésiastique ou économique. Le Pasteur Léon H. Sullivan, dirigeant de la société *General Motors* et militant des droits de l'homme, a précisément élaboré le premier code de conduite promis à un rayonnement sans précédent. De la même manière, les *Principes globaux* de Sullivan publiés en 1977 par le constructeur automobile visaient à influencer sur la conduite des affaires des entreprises américaines opérant en Afrique du Sud. Il s'agissait plus particulièrement de mettre fin aux discriminations raciales sur le lieu de travail. Ces principes, repris par d'autres sociétés et notamment européennes, ont ouvert la voie à d'autres initiatives, telles que les *MacBride Principles*, élaborés par le Père Sean McManus, destinés à inciter les entreprises (en particulier américaines) implantées en Irlande du Nord à ne pas opérer de discrimination à l'encontre des catholiques. Plus largement, relevons que, au début du XX^e s., les *quakers* seront également à l'origine des placements éthiques au en refusant d'investir dans des entreprises qui produisent des armes, cigarettes, alcool.

[17] Un tournant majeur est opéré au cours des années 1970 : le contenu du code est axé sur des thématiques plus modernes liées aux conditions de travail dans les entreprises multinationales. Cette première vague de codes de conduite « contemporains » a principalement trait à la lutte contre la corruption. Ce n'est que dans les années 90, après le Sommet de la Terre tenu à Rio de Janeiro, que les codes d'entreprises ont couvert de plus larges aspects de l'éthique des affaires, notamment les questions sociales et environnementales.

1.1.2 CHAMPS D'APPLICATION

[18] **Champ d'application matériel.** Du point de vue de leur contenu, les codes de conduite d'origine privée relèvent de l'« éthique des affaires ». De façon générale, l'éthique du marché vise un ensemble de règles de comportement destinées à orienter l'action des opérateurs économiques.

[19] Le mot éthique vient du grec *ethos*, soit « *mœurs, habitudes, comportement* ». Cette notion est-elle à différencier, comme une partie de la doctrine le suggère, ou à placer sous l'ensemble conceptuel plus large de la morale ? Selon nous, l'éthique est entendue comme une source spécifique de la morale. Le terme « morale » vient du latin « *mores* » signifiant « mœurs ». Éthique et morale ont alors la même signification, ils désignent une « *considération régulatrice des comportements* ». L'objet de la morale

est de faire la part du bien et du mal. Elle relève de corps de règles obligatoires et est relative à une pensée universelle. L'éthique, quant à elle, se caractérise par référence au bon et au mauvais, se rapporte à un individu ou un groupe et est orientée par les pratiques et les situations. Elle est conçue ici comme l'application la plus moderne de la morale.

[20] Les principes de l'éthique des affaires sont multiples : garantie des règles légales relatives aux conditions de travail (hygiène, santé, sécurité, harcèlement) ; préservation de la concurrence, de la confidentialité ; lutte contre les conflits d'intérêts, délits d'initiés ; protection des actifs de l'entreprise, de l'environnement ; respect des droits de l'homme par les partenaires commerciaux à travers une politique dédiée. Ces thématiques appartiennent au champ de la responsabilité sociale des entreprises (RSE).

[21] La RSE désigne à la fois un mouvement d'idées, des pratiques et des instruments parmi lesquels les codes de conduite occupent une place prépondérante. D'un point de vue conceptuel, la RSE se nourrirait du mouvement de la « *Business Ethics* » qui constitue la théorie fondamentale de l'éthique des affaires aux États-Unis. Il s'agit d'affirmer

l'existence d'une responsabilité morale des entreprises à l'égard de la société et des générations futures » et en leur attribuant « le statut d'agent moral, capable de discerner le bien et le mal [...] [qui] a le devoir moral d'agir de manière socialement responsable (CAPRON et QUAIREL-LANOIZELÉE, 2010, p. 4 et p. 32).

[22] En d'autres termes, la RSE représente la contribution des entreprises aux enjeux du développement durable.

[23] Suivant certains auteurs, l'éthique du numérique, notamment de l'intelligence artificielle (IA), pourrait « s'arrimer » à la RSE. L'intégration de l'IA dans le champ de la RSE pourrait consister à la considérer en soi comme l'un de ses objets ou bien comme un nouveau champ explicite de l'éthique des affaires. L'IA renouvelle les questions d'éthique au regard du fait qu'elle enchevêtre

sciences et techniques (mêlant informatique, mathématiques, statistiques et probabilités), dont le mode de fonctionnement est parfois impossible à rendre compréhensible et dont les implications sont potentiellement majeures sur notre société et les droits fondamentaux (MENECEUR, 2020, p. 36).

[24] Dans ce cadre, la compatibilité entre RSE et IA est à approfondir tant celle-ci semble à la fois « *prometteuse et porteuses de potentiels effets négatifs* » (JAZOTTES et BLIN, 2021, p. 100). Qu'elle soit indépendante de l'éthique des affaires ou une déclinaison de celle-ci, l'éthique du numérique – en construction – est formalisée dans des déclarations de principes et des codes de conduite. Le contenu se rapproche ostensiblement de celui des codes de première génération. Ce sont surtout de grands principes qui sont proclamés : confiance, sécurité, responsabilité, transparence, sauvegarde de la concurrence et de la propriété intellectuelle, non-discrimination, respect de la vie privée et de la dignité de la personne humaine.

[25] De façon générale, les codes de conduite ainsi constitués exercent leur influence dans un champ territorial donné, variable en fonction de leurs destinataires.

[26] **Champ d'application territorial.** En matière d'éthique des affaires, l'entreprise peut mettre en place un code « groupe », adressé à son attention et à celle des entités qui la composent. Ce premier type de code a alors pour destinataire l'entreprise émettrice ainsi que ses filiales. Les salariés de ces entreprises sont placés sous son empire quel que soit l'endroit où ceux-ci se situent (sur le territoire de l'État d'origine de l'entreprise instigatrice ou sur le territoire d'un État étranger). Ce périmètre a un effet sur le contenu du code, précédemment visé. L'accent est mis sur les valeurs autour desquelles l'entreprise souhaite fédérer ses membres, le rappel de la législation applicable, la santé et la sécurité des travailleurs, la protection de l'environnement, mais aussi la préservation des actifs de la société, le respect des règles de concurrence, la lutte contre la corruption.

[27] Par ailleurs, l'entreprise est susceptible d'adopter des codes à l'égard cette fois-ci de ses partenaires commerciaux, c'est-à-dire ses fournisseurs et sous-traitants. Dans cette perspective, l'entreprise

n'édicte plus un engagement volontaire pour elle-même, contrôlé par elle-même, mais un ensemble d'exigences adressées à autrui (DEUMIER et ALII., 2010, p. 178).

[28] La politique de l'entreprise à l'égard de ses partenaires commerciaux est généralement formulée dans un document distinct de celui qui expose les engagements concernant la conduite de l'entreprise et de ses employés. La tonalité apparaît un peu plus impérative que celle qui est observable dans les codes « groupe ». Ce retour au registre impératif se remarque tant au niveau de la rédaction des dispositions qu'à celui des modalités du contrôle de l'application du code par les partenaires. Dans la charte « groupe », l'entreprise tend à expliquer, informer ce qu'elle fait, désire, promeut ou s'engage à faire⁴ alors que dans les codes spécifiquement dévolus aux partenaires commerciaux, l'entreprise adopte une posture plus autoritaire lorsqu'elle « attend » et « exige » de ces derniers une totale conformité à leurs dispositions⁵. Tout manquement aux prescriptions du code par le partenaire est d'ailleurs souvent mentionné comme pouvant entraîner la rupture de la relation commerciale. La puissance normative du code est manifeste dans ce cadre: son application est transnationale lorsque les partenaires sont situés sur plusieurs territoires étrangers et peut supplanter l'application de la législation locale⁶, parfois peu contraignante ou dont le respect s'avère difficile à garantir (DEUMIER et ALII.).

1.2 L'ADOPTION DES CODES DE CONDUITE

[29] **Modalités d'adoption des codes de conduite : une typologie nécessaire à la compréhension de leurs effets juridiques.** Le foisonnement des codes de conduite

4 V. par ex. la Charte éthique de L'Oréal, « Comment nous agissons », 4^e éd., 2023.

5 V. par ex. le « Code de conduite Fournisseurs » de l'entreprise LVMH.

6 L'articulation du code et des législations locales en cas de conflit est parfois prévue : c'est alors un principe de faveur qui s'applique. Le code qui énonce des règles plus protectrices que la législation locale en question prime, écartant de ce fait l'application des normes nationales.

est susceptible de brouiller la compréhension de leur nature et de leurs effets. Ces effets, primordiaux dans la conception des codes en tant que sources du droit (v. *infra*), sont directement dépendants du genre de code élaboré.

1.2.1 TYPOLOGIE DES CODES DE CONDUITE SUIVANT L'INITIATIVE DE L'ADOPTION

[30] Explication. La première typologie répond à une question unique : qui est à l'origine du code de conduite ? Autrement dit, si les codes soumis à l'étude sont tous adoptés par des entreprises privées, l'impulsion peut être interne ou externe.

[31] Dans le premier cas, l'entreprise prend l'initiative de l'adoption du code :

- soit spontanément, en recherchant des intérêts qui lui sont propres (souvent économiques),
- soit sous l'influence, la pression indirecte et non juridique, d'acteurs institutionnels et non institutionnels.

[32] L'adoption est dans ce cas « spontanée », « volontaire ». Cette catégorie comporte les codes dits de « première génération », détachés de toute contrainte juridique. Les codes sont perçus ici comme un phénomène d'autorégulation.

[33] Dans le second cas, l'entreprise adopte également le code mais la décision première est prise par des acteurs étatiques qui, généralement par un texte :

- incitent le recours par les entreprises au code : l'adoption est facultative ;
- imposent le recours par les entreprises au code : l'adoption est obligatoire.

[34] La contrainte juridique relative à la création d'un code est plus forte et graduelle. Les codes sont davantage considérés ici comme un phénomène de corégulation.

[35] Codes de conduite à l'adoption spontanée ou volontaire : autorégulation. On prêterait à l'autorégulation

la vertu de règles définies par les acteurs concernés eux-mêmes, qui feraient appel à leur esprit de responsabilité, alors que les règles imposées par les pouvoirs publics susciteraient chez leurs destinataires une volonté de contournement (CONSEIL D'ÉTAT, 2013, p. 102).

[36] Dans ce contexte, les motifs à l'adoption d'un code par une entreprise ne sont point juridiques. Les facteurs présidant l'élaboration des codes sont multiples et se prêtent à quelques classifications.

[37] D'une part, la démarche d'autorégulation engagée par l'entreprise peut :

- résulter de l'environnement dans lequel elle exerce ses activités, déploie sa puissance économique ;

- être guidée par la recherche de bénéfices.

[38] Ainsi, un espace de régulation laissé vacant par les États a permis aux entreprises transnationales, dans la seconde moitié du XX^e s., de réguler leurs propres comportements sur le marché, par l'édiction de normes à leur destination, évitant par là même au législateur de le faire. Il est relevé que « *les professionnels préfèrent mettre de l'ordre dans leur maison plutôt que de voir l'État le faire plus lourdement* » (FARJAT, 1982, p. 51).

[39] Par ailleurs, se munir d'un code de conduite est susceptible de générer du profit économique. La réputation de l'entreprise est de ce point de vue un enjeu particulièrement puissant. Elle est un facteur de compétitivité et est un actif important pour bon nombre d'entreprises (OCDE, 2000, § 41). En outre, le code de conduite est à même d'influer sur la position concurrentielle de l'entreprise : il la place en *leader* ou chef de file au moment de son adoption. C'est ce que le principe *first-mover advantage* traduit, en français « prime du premier entrant » ou « avantage pionnier ». Il est fait référence à l'avantage donné à celui qui arrive en premier sur un nouveau marché, avant les autres acteurs, appelés « *followers* » (les « suiveurs »). L'avantage à retirer est lié à l'anticipation de la loi. Les mesures volontaires sont adoptées par les entreprises

en vue de se conformer plus rapidement ou même de concourir à l'élaboration de nouvelles normes, et d'acquérir ainsi un avantage compétitif (GENDRON et ALII., 2004, p. 78).

[40] Si ces initiatives se trouvent consacrées par le droit, les nouvelles règles du jeu

sont cristallisées à l'avantage des entreprises chefs de file, forçant les autres à s'ajuster après coup à des normes, et parfois même à une technologie fixée par d'autres (GENDRON et ALII., p. 172).

[41] Plus largement, se munir d'une politique RSE permettrait une amélioration de la productivité (meilleur environnement de travail ; exploitation efficace des ressources naturelles) et une maîtrise plus efficace de certains risques juridiques, réduisant ainsi les coûts associés. Enfin, l'on ne saurait négliger la logique d'imitation régnant dans le milieu des affaires et particulièrement le domaine de la RSE. Adopter un code, des pratiques socialement responsables est

« ce qu'il faut faire », ce qu'il est convenable d'afficher au regard de ses partenaires, de ses concurrents et plus généralement de toutes les personnes avec lesquelles l'entreprise est en relation (FRYDMAN, 2007, p. 26).

[42] D'autre part, ce sont des facteurs plus externes qui peuvent être à l'origine du recours par l'entreprise à un code de conduite. À ce titre, l'influence d'acteurs institutionnels et non institutionnels est manifeste. Les organisations internationales ont particulièrement œuvré en ce sens à partir des années 70. L'OCDE proclame en 1976 les « Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales sur la conduite responsable des entreprises » (révisés en 2011 et 2023). L'OIT se munit en

1977 d'une « Déclaration de principes tripartite sur les entreprises multinationales et la politique sociale », révisée en 2022. Quant aux projets portés par les Nations Unies, le « Pacte mondial » élaboré en 2009 est un appel aux entreprises du monde entier à aligner leurs pratiques et leurs stratégies sur dix principes qui découlent des textes fondamentaux des Nations Unies, dans les domaines des droits humains, du droit du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption. En 2011, les « Principes Ruggie » reconnaissent « *le rôle dévolu aux entreprises en qualité d'organes spécialisés de la société remplissant des fonctions particulières, tenues de se conformer à toutes les lois applicables et de respecter les droits de l'homme* ». Relevons également le poids des investisseurs et la pratique de l'Investissement Socialement Responsable (ISR) éthique désignant les « *décisions en matière d'investissement qui visent à encourager la transformation sociale tout en maintenant le rendement économique* » (OIT, 1998, § 82).

[43] De surcroît, l'action des consommateurs ainsi que des organisations non gouvernementales n'est pas négligeable, notamment lorsque ces dernières usent de la pratique du « *name and shame* » visant à dénoncer les pratiques non conformes aux déclarations des entreprises.

[44] Les codes de conduite relevant d'une logique d'autorégulation sont les premiers apparus ; ils sont émis par les grandes entreprises, traitent de thématiques associées à l'éthique des affaires et du numérique et sont généralement unilatéraux (v. *infra.*). Les codes plus « modernes », intégrés en tant que tels au système juridique (notamment dans le domaine numérique), sont dès lors le fruit d'un phénomène de co-régulation.

[45] **Codes de conduite à l'adoption incitée ou imposée : co-régulation.** La co-régulation s'entend d'« *une association spécifique de régulation étatique et non étatique* ». Ce concept permettrait « *de combiner réglementation étatique et régulation privée et de les rendre complémentaire* » (BENYEKHEF, 2008, p. 769). L'impulsion du recours aux codes est donnée dans ce cadre par les pouvoirs publics. L'emploi d'un code est tantôt proposé aux entreprises, tantôt rendu obligatoire pour celles-ci. Seuls quelques exemples nous permettent aujourd'hui d'appréhender ce type de codes, voué sans aucun doute à se développer de façon massive. Visés précédemment (v. *supra*), ces codes résultent soit d'obligations, d'incitations légales ou plus informelles. Il s'agit ainsi du code de conduite anticorruption que certaines entreprises doivent obligatoirement se munir depuis la loi Sapin 2 ou des codes de conduite approuvés, qui sont facultatifs et destinés à adapter le RGPD en fonction des besoins des organisations qui y sont soumises. C'est encore le cas des codes consacrés aux risques associés aux systèmes d'IA, à la lutte contre la désinformation, les discours haineux en ligne, dont la création et la mise en œuvre s'opèrent sous la supervision de la Commission européenne.

[46] Enfin, la nature des exigences formulées par les pétitionnaires excède souvent le format imposé par la loi organique. S'adresser au titulaire de l'exécutif prime sur la manière envisagée, sauf que l'ambition citoyenne n'est pas comprise en tant que telle. L'inacceptation des revendications, jugées recevables, repose fondamentalement sur la considération littérale de la note présentant les motifs et les objectifs poursuivis, ce qui facilite le prononcé de leur infaisabilité. Pourtant, l'analyse attentive de certaines

demandes écrites, de surcroît invalidées, postule le recours au registre de la requête, de la doléance ou de la plainte. Dans ces cas, le Chef du gouvernement est tenu, selon l'article 4 (3^e al.) de la loi organique, d'envoyer la pétition d'espèce aux instances constitutionnelles et d'en informer son mandataire dans un délai de 10 jours. Cette disposition devrait rendre effective la volonté parlementaire d'instituer une arène d'écoute des citoyens en offrant à l'exécutif le luxe de rapporter les soucis de leurs administrés aux autorités compétentes. L'inutilisation de cet énoncé, afin d'aider les ayants droit de la collectivité ethnique de *Bani Kil*, montre une préférence politique pour le rejet. Dès lors, la représentation algorithmique des normes applicables s'en trouve consolidée car si, et seulement si, les pétitionnaires obéissent au formalisme prescrit, le gouvernement pourra prétendre avoir examiné d'un bon œil leurs demandes.

1.2.2 TYPOLOGIE DES CODES SUIVANT LE MODE DE DÉCISION

[47] Codes de conduite unilatéraux. Par principe, les codes relevant d'une démarche d'autorégulation émanent, pour chacun d'entre eux, d'une seule entreprise. Elle est dès lors à la fois unique auteur et destinataire de son code (sauf dans le cas où celui-ci est adressé aux partenaires commerciaux). En ce sens, ces codes sont dits unilatéraux. Au sein d'une entreprise en particulier, le code est élaboré par des instances dédiées en fonction des orientations décidées au niveau de sa direction. Ce peut être des « personnes ressources » : déontologue ou directeur de l'éthique, *compliance officer* ; ou des instances collégiales : comité d'éthique, commission d'éthique (ou les deux). Nommés par les dirigeants, les responsables de l'éthique ne disposent pas d'un pouvoir hiérarchique mais d'un rôle fonctionnel au regard du déploiement du code. Leur mission est de « *veiller au respect de la politique éthique, à sa diffusion interne mais également de rendre compte à sa hiérarchie des comportements observés et de conseiller, les collaborateurs de l'entreprise* » (MERCIER, 2014, p. 29). C'est principalement une logique « *top-down* » qui est privilégiée. Le message éthique véhiculé par le code circule du sommet de l'entreprise jusqu'à sa base, tant au niveau de l'organisation interne qu'à celui des filiales du groupe et de ses partenaires. À chaque niveau hiérarchique, le code de conduite doit être intégré et transmis à l'échelon inférieur.

[48] Ce mode d'adoption unilatérale est problématique vis-à-vis de la conception du code de conduite comme une véritable source du droit. De façon générale, l'entreprise privée est défailtante en termes de légitimité dans une perspective de production du droit. Étymologiquement, légitimité équivaut à légal. Le terme est issu du latin « *legitimus* (de *lex*) », c'est-à-dire ce qui est établi par la loi, conforme à la loi, juste. Sur ce fondement, les théories du contrat social, de la légitimité légale-rationnelle ou purement juridique de la légitimité ont conduit à ce que l'ordre légitime soit celui de l'État (GOYARD-FABRE, 2003, p. 929). Ce n'est que détaché de la légalité que l'on pourrait entrevoir l'essence de la légitimité de l'entreprise émettrice de codes de conduite. Cette tâche est alors rendue d'autant plus difficile lorsque le code est établi de façon unilatérale. En effet, les conditions dans lesquelles la norme est générée par l'entreprise sont fondamentales : la légitimité de la norme alternative « *dépend d'abord du consensus dont elle est entourée lors de son élaboration* » (BENYEKHLEF, 2008, p. 823). Or, les règles issues d'une démarche d'autorégulation et de corégulation sont élaborées « *en dehors de tout processus démocratique par des acteurs qui en définitive ne s'autorisent que d'eux-mêmes* » (FRYDMAN, p. 47 et s.). L'unilatéralité est précisément l'un des marqueurs substantiels des codes. Ils ne résultent que très

rarement d'un consensus *a priori* (sauf dans certains cas, v. *infra*). Manifestement, le caractère unilatéral des codes de conduite n'est pas un élément à minorer. Il affaiblit sans aucun doute leur légitimité. Pour autant, ce caractère participe de la singularité du phénomène des codes de conduite et contribue à comprendre l'entreprise comme un véritable « législateur privé ». Il apparaît alors impératif de s'affranchir une nouvelle fois des modèles institués de consentement et de démocratie entendue dans l'appréhension des ressorts de cette légitimité. Gardons-nous pour autant d'en faire une notion malléable et ajustable au besoin. C'est la raison pour laquelle celle-ci ne devrait pas être déconnectée de toute idée de pouvoir et de justice.

[49] La concertation est une solution à encourager, tant est si bien qu'elle est une modalité d'adoption privilégiée pour une certaine part de codes.

[50] Codes de conduite « concertés ». Plusieurs configurations se présentent. Le caractère collectif peut résulter :

- d'une association entre entreprises privées, fédérées autour d'un projet ouvert à l'adhésion par la signature d'autres entreprises d'un secteur en particulier ;
- d'un véritable partenariat entre entreprises privées et pouvoirs publics (notamment la Commission européenne).

[51] D'une part, bien que peu fréquentes à la fin du XX^e s., les démarches initiées par plusieurs entreprises deviennent légion. En matière d'éthique des affaires, relevons la coalition « *Business for inclusive growth* » (B4IG) lancée par la Présidence française du G7 en août 2019, réunissant présidents et directeurs généraux de grandes entreprises internationales engagées dans la lutte contre les inégalités de revenus et d'opportunités⁷. Dans le domaine numérique, les actions coordonnées se multiplient. Citons à ce titre « *Partnership on AI* » qui est une organisation à but non lucratif formée par les principaux acteurs de l'intelligence artificielle (*Facebook, Google, IBM, Microsoft*) et à laquelle se sont ralliées de nombreuses entreprises mais aussi des personnalités du monde académique et économique en vue d'assurer l'éthique de l'IA. Dernièrement, en décembre 2023, *Meta, IBM* et une cinquantaine d'entreprises, organisations et startups ont lancé l'« *AI Alliance* » pour défendre une méthode plus ouverte et plus collaborative de développement de l'intelligence artificielle, au regard des risques pour le travail et l'humanité de façon plus globale. S'il n'est pas question de création de codes de conduite à proprement parler, ces initiatives devraient donner lieu à la création de principes, probablement formalisés dans des chartes, codes ou déclarations.

[52] D'autre part, les partenariats publics/privés tendent à se développer, soit sur la base d'un texte comportant la faculté ou l'obligation pour les entreprises visées de se doter d'un code, soit plus librement, à partir d'une orientation donnée par la Commission européenne.

⁷ Les entreprises membres vont s'engager à agir sur un ensemble de thématiques telles que l'égalité de rémunération hommes-femmes ou le salaire décent. L'initiative est aussi dotée d'un incubateur de modèles d'affaires. Un troisième pilier consiste à mettre en place un forum permettant le financement de la croissance inclusive s'appuie sur des mécanismes de financement innovants entre les entreprises, les pouvoirs publics et les acteurs philanthropiques.

[53] Ainsi, la proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil établissant des règles harmonisées concernant l'intelligence artificielle fait figure de modèle en permettant aux fournisseurs de systèmes d'IA ne présentant pas de risque élevé à appliquer volontairement les exigences obligatoires pour les systèmes d'IA à haut risque, par la voie du code. Ces fournisseurs peuvent donc recourir librement à un code, le mettre en œuvre par eux-mêmes et parallèlement aux exigences visées, y inclure d'autres engagements volontaires.

[54] De la même manière, l'article 40 du RGPD offre la possibilité pour des associations et autres organismes représentant des catégories de responsables du traitement ou de sous-traitants de se doter d'un code pour « *la bonne application* » du texte (v. *infra*). À noter que ce code RGPD résulte d'une double démarche volontaire : au niveau de la décision par l'organisation représentative du secteur d'élaborer un code et l'adhésion des professionnels concernés⁸. Enfin, l'article 45 du Règlement du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques (DSA) indique que la Commission et le comité économique et social européen « *encouragent et facilitent l'élaboration de codes de conduite volontaires au niveau de l'Union* ». D'ailleurs, ce texte érige en référence le code de conduite édicté en 2016 par la Commission et les grandes plateformes et destiné à lutter contre les discours haineux illégaux en ligne.

1.3 LES FONCTIONS DES CODES DE CONDUITE

[55] **Diversification des fonctions.** À l'origine, les codes de conduite sont caractérisés par leur vocation comportementale. Aujourd'hui une nouvelle fonction se dessine, celle de contribuer à la bonne application d'un texte.

12

1.3.1 CODES DE CONDUITE À VOCATION COMPORTEMENTALE

[56] **Fonction première de régulation.** Les règlent l'action de se diriger soi-même, la façon d'agir et ce, de la meilleure des manières, moralement parlant. De ce point de vue, les codes de conduite posséderaient une dimension normative en ce qu'ils énoncent – suivant le langage utilisé par Kelsen – un « *devoir-être* » (le *Sollen*), c'est-à-dire « *la conduite qui doit être* » (KELSEN, 1962, p. 14). Ils « *ont pour objet d'être un instrument de référence, de tracé* » (DION, 2013, p. 784). Cependant, on ne saurait réduire les codes à ce seul devoir-être. Ils pourraient tendre à « *être* » (*SEIN*), c'est-à-dire à donner lieu à des faits réels, à constituer des conduites effectives. L'objectif de régulation poursuivi par les codes les projette vers la sphère juridique dans la mesure où le droit lui-même est un moyen de régulation des conduites humaines (AMSELEK, 1989, p. 7).

1.3.2 CODES DE CONDUITE À VISÉE D'APPLICATION DES TEXTES

[57] **Perception des codes comme source de règles adaptées et outil de compliance.** C'est moins la logique d'autorégulation que de corégulation qui favorise l'émergence d'une telle fonction. Le code de conduite est conçu comme un moyen de servir la bonne application d'un texte. Pour y parvenir, une part du contenu du code est confié à la discrétion de l'entreprise. Dans ce contexte, les acteurs étatiques « *se contentent de fixer le cadre procédural d'une discussion conduite par les groupements*

⁸ Cependant, une fois que le code est adopté, il est contraignant.

intéressés eux-mêmes » (OST et de KERCHOVE, 2002, p. 110). Le code est un outil à vocation pratique répondant aux besoins des professionnels du secteur. Les règles auxquelles ceux-ci sont soumis apparaissent ainsi adaptées et, de ce fait, promises à une meilleure effectivité. De plus, le code de conduite se présente comme un outil de *compliance*. Cette notion, difficile à définir, est à tout le moins un ensemble de techniques et de procédures et au regard desquelles il est important « *moins de savoir si les entreprises enfreignent les règles qui s'appliquent à elles que de savoir si elles mettent en œuvre, en leur sein, un dispositif efficace pour prévenir le risque d'infraction à ces règles* » (GAUDEMET, 2019, p. 111). Ainsi, en matière de protection des données personnelles, le code produit⁹ est un outil de redevabilité (« *accountability* ») permettant de démontrer la conformité de l'organisation au RGPD. Au niveau du DSA (v. *supra*),

l'adhésion à un code de conduite donné et son respect par une très grande plateforme en ligne ou un très grand moteur de recherche en ligne peuvent être considérés comme constituant une mesure appropriée d'atténuation des risques.

[58] Les codes de conduite à vocation comportementale et à visée d'application des textes sont résolument différents quant à leur portée au sein du système juridique.

[59] Le premier type assoit la dimension normative des codes. Leur unilatéralité, la maîtrise par l'entreprise de leur élaboration jusqu'à leur mise en œuvre font d'eux la **manifestation la plus naturelle du pouvoir de l'entreprise**. Le second type consacre le code de conduite comme un **outil au service de l'effectivité d'un droit dur**. Toutefois, tous deux concourent à l'appréhension des codes comme de véritables sources du droit, caractérisées par une multiplicité d'effets.

2. LE POSITIONNEMENT DES CODES DE CONDUITE AU SEIN DE LA THÉORIE GÉNÉRALE DES SOURCES DU DROIT

[60] Juridicisation des codes de conduite. Face aux codes de conduite, il a été souligné que « *le droit peut avoir quatre attitudes : la condamnation, l'indifférence, l'incitation, la juridicisation* » (FARJAT, p. 161). C'est précisément cette juridicisation qui nous apparaît cruciale. Cela vise leur « *réception ou leur reconnaissance par un ordre étatique* » (JEAMMAUD, 1998, p. 62). Le positionnement des codes au sein du système dépend dès lors du contexte dans lequel ils prennent naissance et se déploient. Si le code résulte d'une démarche de co-régulation, sa juridicisation est indéniable (bien que de portée variable). Sa reconnaissance en tant qu'outil de régulation est une voie en expansion dès lors que le code de conduite est visé en tant que tel par les législateurs interne et européen (v. JEAMMAUD, 1998). En revanche, lorsque le code de conduite est un pur produit de l'autorégulation menée par les entreprises, la question est plus épineuse. Leur réception en tant que sources du droit producteurs d'effets juridiques est sujette à caution.

⁹ En juin 2021, la CNIL a approuvé le premier code de conduite européen dédié aux fournisseurs de services d'infrastructure cloud (IaaS). Ce code est porté par Cloud Infrastructure Service Providers Europe (CISPE) et s'adresse aux fournisseurs de services d'infrastructure cloud situés sur le territoire de l'Union européenne.

[61] Valeur juridique des codes issus de l'autorégulation. Du point de vue du système juridique, ces codes de conduite sont placés naturellement au niveau de l'infrajuridique (CARBONNIER, 2004, p. 356 et s.). Ils ne bénéficient pas d'une valeur juridique autonome en raison de leur caractère non contraignant et de leur auteur, dépourvu de légitimité dans la production du droit. Pourtant, nous remarquons que les codes de cette catégorie sont susceptibles de produire des effets juridiques (2.1). En outre, gravitent autour d'eux tout un ensemble de dispositifs RSE légaux qui nourrissent leur dimension normative. L'environnement normatif des codes apparaît ainsi décisif quant à leur ancrage dans le système juridique (2.2).

2.1 LES EFFETS JURIDIQUES DES CODES DE CONDUITE

[62] Distinction. Lorsque les dispositions d'un code de conduite peuvent être absorbées par une qualification produite par le système, les effets créés ne sont pas ceux du code en lui-même mais de la norme juridique d'accueil. La réception des codes par le système s'opère au moyen de ses catégories (2.1.1). Par ailleurs, en se focalisant sur les multiples aspects du code (et non plus seulement matériel), d'autres types d'effets sont à considérer au regard de leur qualité de normes de droit souple (2.1.2).

2.1.1 LA RÉCEPTION DES CODES PAR LE SYSTÈME JURIDIQUE

[63] Effets juridiques dérivés. Les qualifications juridiques éligibles à l'accueil des codes de conduite sont assez nombreuses. Dans le champ du droit privé, plusieurs branches offrent un cadre propice : droit du travail, droit des obligations¹⁰, droit de la consommation. L'assimilation des codes à des catégories reconnus par le système requiert une analyse de leur contenu des codes et consécutivement, une adéquation, sinon parfaite, suffisante entre le champ de celles-ci et la disposition considérée. Par ailleurs, cette absorption paraît plus virtuelle qu'effective, plus doctrinale que jurisprudentielle. Pour autant, la réception des codes n'en est pas moins potentielle et dans certains cas, attestée. C'est notamment le cas lorsqu'une ou plusieurs dispositions d'un code relèvent du champ du règlement intérieur ou du contrat (conclu avec les partenaires commerciaux situés sur un territoire étranger). Relevons à cet égard que le contrat offre une assise solide au pouvoir que l'entreprise exerce sur ses fournisseurs et sous-traitants. La contractualisation des codes est l'une des voies de production d'effets juridiques la plus puissante. Le contentieux de la rupture des relations commerciales établies en témoigne particulièrement¹¹.

2.1.2 LES CODES DE CONDUITE COMME NORMES DE DROIT SOUPLE

[64] Effets juridiques propres. Au-delà d'effets juridiques « d'emprunt », les codes sont à même de générer des effets propres, indépendants des règles de droit structurant l'ordonnancement juridique. Cette vision implique de se départir, pour une part, de certaines conceptions qui fondent la théorie du droit souple. En effet, la normativité souple ne s'extrait pas d'un raisonnement en termes de force. Elle traduit

10 Les qualifications sont diverses et parmi elles : les engagements moraux proches du système (obligation naturelle, engagement d'honneur), la faute civile, l'engagement unilatéral de volonté, le quasi-contrat.

11 V. notamment CA Paris, 13 mars 2019, n°17/21477 ; CA Paris, 5 mai 2021, n°19/15680 ; CA Paris, 24 mars 2021, n°19/15565. Dans ces arrêts, les manquements graves des fournisseurs à leurs engagements éthiques (formalisés dans des codes) ont justifié la rupture brutale par l'entreprise des relations commerciales établies.

alors une sorte de faiblesse vis-à-vis du droit dur – érigé en modèle, parfait et complet – ce qui affecte leurs instruments d’une vision réductrice de leurs effets¹².

[65] Les effets propres des codes de conduite sont dès lors identifiables à travers leurs leviers d’effectivité : la perte de relations d’affaires pour le partenaire commercial, la sanction sociale pour l’entreprise émettrice, l’enjeu réputationnel lié au respect de ses engagements, l’avantage concurrentiel qu’elle en retire, l’appartenance à un « club » d’entreprises citoyennes. De surcroît, inspirer, orienter, infléchir la conduite sont autant de termes exprimant la capacité d’action que les codes possèdent intrinsèquement. La mise en lumière des effets des codes ne saurait s’affranchir de l’étude d’autres outils de la RSE occupant l’espace de leur influence.

2.2 L’ENVIRONNEMENT NORMATIF DES CODES DE CONDUITE

[66] Diffusion d’informations. Le code de conduite n’est pas un outil isolé au sein de la politique RSE de l’entreprise. Il entretient des liens avec les autres mécanismes que les législateurs français et européen ont instauré dans le but que l’entreprise communique sur ses engagements et pratiques de RSE. Chacun offre un soutien à l’interprétation de l’autre, le tout formant un ensemble de moyens de diffusion d’informations voulu comme cohérent au service de la conformité de l’entreprise.

2.2.1 L’OBLIGATION DE REPORTING

[67] Présentation. Depuis une vingtaine d’années, les entreprises françaises sont soumises à des obligations de *reporting*. La loi du 15 mai 2001 (NRE) a initié le mouvement de juridicisation de la RSE en imposant aux sociétés cotées de publier à travers leurs rapports de gestion des informations sur les « *conséquences sociales et environnementales de leurs activités* ». Au gré des évolutions législatives, le contenu de la « déclaration de performance extra-financière » (« DPEF » depuis la loi du 19 juillet 2017¹³) a été enrichi. Cette déclaration devient d’ailleurs le « rapport de durabilité » en application de la directive « CSRD » du 16 décembre 2022, transposée en droit français en décembre 2023¹⁴.

2.2.2 LE DEVOIR DE VIGILANCE DES SOCIÉTÉS MÈRES ET DES ENTREPRISES DONNEUSES D’ORDRE

[68] Présentation. Le devoir de vigilance des entreprises se définit comme l’obligation pour les entreprises d’identifier et de prévenir les impacts négatifs sur les droits de l’Homme liés à l’ensemble des activités de leur chaîne de valeur. Il s’adresse en particulier aux sociétés mères et entreprises donneuses d’ordre et vise à répondre aux effets négatifs de la mondialisation, en cherchant à « réaligner » la responsabilité juridique de ces sociétés avec leurs choix économiques. La loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d’ordre (loi Vigilance) a créé, pour les grandes entreprises françaises, l’obligation

¹² Relevons toutefois que la prise en compte du droit souple par le juge est grandissante. Le Conseil d’État a notamment accepté d’être saisi de recours en annulation contre des actes de droit souple, tels que des communiqués de presse ou des prises de position d’autorités publiques, v. les deux décisions du 21 mars 2016, n° 368082, n° 390023.

¹³ dite « Grenelle II », transposant la directive n° 2014/95/UE du 22 octobre 2014.

¹⁴ Ordonnance n° 2023-1142 du 6 décembre 2023 relative à la publication et à la certification d’informations en matière de durabilité et aux obligations environnementales, sociales et de gouvernement d’entreprise des sociétés commerciales.

d'établir, de mettre en œuvre de manière effective et de rendre public annuellement un plan de vigilance et le compte rendu de sa mise en œuvre. Au niveau européen, un projet de directive européenne sur le devoir de vigilance des entreprises (« Directive CSDD ») a été proposé par la Commission européenne le 23 février 2022.



Pour en savoir +,

(choix éditorial de l’auteurice pour compléter la réflexion sur le sujet)

FARJAT, G., « Nouvelles réflexions sur les codes de conduite privés », *in Les transformations de la régulation juridique*, J. CLAM, G. MARTIN (dir.), LGDJ, 1998, p. 151.

FRYDMAN B. et G. LEWKOWICZ, « Les codes de conduite : source du droit global ? », *in Les sources du droit revisitées, vol. 3, Normativités concurrentes*, I. HACHEZ et alii (dir.), Anthémis, Université Saint-Louis Bruxelles, 2013, p. 179.

RACINE, J.-B., « La valeur juridique des codes de conduite privés dans le domaine de l’environnement », (1996), *RJE*, n° 4, p. 409.

BIBLIOGRAPHIE

AMSELEK, P., « Le droit, technique de direction publique des conduites humaines », in *Définir le droit*, 1, *Droits*, 1989, n° 10, p. 7.

ARNAUD, A.-J., « Polycentricité », in *Dictionnaire de la globalisation*, A.-J. ARNAUD (dir.), LGDJ, 2010, p. 409.

ASPREMONT, J. (d'), « Softness in International Law : A Self-Serving Quest for New Legal Materials », (2008), *The European Journal of International Law*, vol. 19, n° 5, p. 1081.

BENYEKHFLEF, K., *Une possible histoire de la norme, Les normativités émergentes de la mondialisation*, Thémis, 2008.

CAPRON, M. et F. QUAIREL-LANOIZELÉE, *La responsabilité sociale d'entreprise*, La Découverte, 2010.

CARBONNIER, J., *Sociologie juridique*, PUF, 2004.

CONSEIL D'ÉTAT, *Le droit souple*, Étude annuelle, 2013.

DEUMIER, P., *Introduction générale au droit*, LGDJ, 7^e éd., 2023.

DEUMIER, P., S. LAULOM et E. MAZUYER, « L'application des principes du travail du Pacte mondial des Nations Unies par les entreprises françaises » in *Regards croisés sur le phénomène de la responsabilité sociale de l'entreprise*, E. MAZUYER (dir.), La Documentation française, 2010, p. 146.

DEUMIER, P. et Th. REVET, « Sources du droit (Problématique générale) », in *Dictionnaire de la culture juridique*, D. ALLAND, S. RIALS (dir.), Lamy-PUF, 2003, p. 1431.

DION, N., « La densification normative des chartes éthiques (ou le dévoilement de leur face cachée) », in *La densification normative, Découverte d'un processus*, C. THIBIERGE *et alii* (dir.), Mare et Martin, 2013, p. 783.

FARJAT, G., *Pour un droit économique*, PUF, coll. Les voies du droit, 2004.

FARJAT, G., « Réflexions sur les codes de conduite privés », in *Le droit des relations économiques internationales, Études offertes à Berthold Goldman*, Litec, 1982, p. 47.

FRYDMAN, B., « Stratégies de responsabilisation des entreprises à l'ère de la mondialisation », in *Responsabilités des entreprises et corégulation*, T. BERNS, P.-F. DOCQUIR, B. FRYDMAN, L. HENNEBEL, G. LEWKOWICZ, Bruylant, 2007, p. 1.

GAUDEMET, A., « Qu'est-ce que la compliance ? » (2019), *Commentaires*, 1, n° 165, p. 109.

GENDRON, C., A. LAPOINTE, et M.-F. TURCOTTE, « Responsabilité sociale et régulation de l'entreprise mondialisée », (2004), *Relations industrielles/Industrial Relations*, vol. 59, n° 1, p. 73.

GOYARD-FABRE, S., « Légitimité », in *Dictionnaire de la culture juridique*, D. ALLAND, S. RIALS (dir.), Lamy-PUF, 2003, p. 929.

JAZOTTES, G., M.-P. BLIN, « Le défi d'une IA inclusive et responsable », (2021), *Dr. soc.*, p. 100.

JEAMMAUD, A. « Introduction à la sémantique de la régulation juridique », in *Les transformations de la régulation juridique*, J. CLAM, G. MARTIN (dir), LGDJ, coll. Droit et société, Recherches et travaux, 1998, p. 47

KELSEN, H., *Théorie pure du droit*, trad. Ch. Eisenmann, Dalloz, 2e éd., 1962, rééd. Bruylant LGDJ, 1999.

LEHOT, M., *Le renouvellement des sources internes du droit et le renouveau du droit de la responsabilité*, Th. Le Mans, 2001.

MENECEUR, Y., *L'intelligence artificielle en procès, Plaidoyer pour une réglementation internationale et européenne*, Bruylant, 2020.

MERCIER, S., *L'éthique dans les entreprises*, La Découverte, 3e éd., 2014.

OCDE, *Les codes de conduite des entreprises : Étude approfondie de leur contenu*, TD/TC/WP(99)56/FINAL, 13 juin 2000.

OIT, *Tour d'horizon des faits nouveaux dans le monde et des activités du Bureau concernant les codes de conduite, le « label » social et d'autres initiatives émanant du secteur privé en rapport avec les questions sociales*, GB.273/WP/SDL/1(Add.1), Genève, 1998.

OST, F. et M. van de KERCHOVE, *De la pyramide au réseau, Pour une théorie dialectique du droit*, Facultés Universitaires Saint-Louis Bruxelles, 2002