

La RSE en représentations : Quelle convergence entre vision académique et vision managériale ?

Thierry JACQUOT

IAE, Université de Nancy2

Mourad ATTARCA

IUT, Université de Nancy2

La théorie de la responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) est fondée sur l'idée que les entreprises, de part le pouvoir dont elles disposent, ont des obligations morales vis-à-vis de la société : le pouvoir implique la responsabilité (Frederick, 1994). Comme institution, l'entreprise a des obligations non pas seulement vis-à-vis de ses actionnaires, mais également envers toutes ses parties prenantes ou stakeholders, c'est-à-dire tous les groupes qui dépendent directement ou indirectement des décisions de l'entreprise et de ses activités (Freeman, 1984 ; Clarkson, 1995 ; Jones, 1995) : salariés, organisations syndicales, consommateurs, riverains, société civile en général, pouvoirs publics, etc. Selon la théorie de la RSE, les responsabilités de l'entreprise sont triple (triple bottom line ou 3P) : responsabilité environnementale (Planet), responsabilité sociale (People) et responsabilité économique (Profit). La finalité pour l'entreprise consiste alors à trouver un équilibre entre les intérêts, nécessairement hétérogènes et parfois contradictoires, de toutes ses parties prenantes. Selon la théorie de la RSE, cela conduit l'entreprise à rechercher des d'intérêts éclairés (enlightened) c'est-à-dire raisonnables et équilibrés (Frederick, 1994). Ces intérêts correspondent à une vision à long terme du développement de l'entreprise et de ses bénéficiaires. Cette conception s'inscrit bien dans une approche de développement durable de l'entreprise mais aussi de la société.

Les préoccupations managériales en matière de RSE ont émergé avec les pressions exercées par des acteurs de la société civile (associations de protection de l'environnement, association de défense des droits de l'homme, associations de défense des consommateurs, médias...) à la suite des scandales environnementaux (pollutions majeures, risques environnementaux), sanitaires (vache folle, grippe du poulet...), financiers (corruption, détournements, banqueroute...) ou sociaux (recours au travail des enfants...) qui se sont multipliés ces dernières années. Vraisemblablement, il s'agit également d'une conséquence de l'action de certains mouvements idéologiques (p.e. altermondialistes) contre les effets de la globalisation financière et économique : dérégulation, délocalisation, dumping social, etc. Des phénomènes tels que le développement du commerce équitable, le développement des fonds de placement éthiques ou celui des agences de notation sociale, montrent l'importance des enjeux sociétaux pour les entreprises et pour leurs dirigeants.

Ces enjeux sont d'autant plus cruciaux qu'ils s'accompagnent désormais de contraintes réglementaires pour les entreprises. En France par exemple, la loi relative aux Nouvelles Régulations Economiques (NRE) a instauré l'obligation de publication d'informations sur les politiques environnementales et sociétales dans les rapports d'activité.

Le paradigme de la RSE postule qu'un comportement socialement responsable n'est pas incompatible avec une meilleure performance financière. Un comportement socialement responsable contribue à créer un environnement institutionnel favorable à l'exercice des activités économiques de l'entreprise. Frederick (1994) souligne par exemple qu'une acceptation volontaire des principes de responsabilités est toujours préférable à la réglementation ou à l'intervention contraignante des pouvoirs publics. Par ailleurs, un comportement responsable de l'entreprise se traduit par une plus grande stabilité économique, sociale, et politique, et donc par un niveau plus bas de la critique sociale envers le système d'entreprise privée. Une des manifestations de la prise en compte par les entreprises des enjeux sociétaux est la multiplication des chartes éthiques, des codes de bonne conduite et autres codes de valeurs qui sont adoptés par les entreprises (Alpha, 2004).

Ainsi, il apparaît opportun d'étudier la diffusion des principes de la responsabilité sociale dans les pratiques des entreprises. Il s'agira alors,

- dans un premier temps, d'analyser la variété des thématiques valorisées dans les travaux académiques. En effet le concept de « responsabilité sociale de l'entreprise » recouvre des thématiques et des problématiques très diversifiées : relations sociales, conditions de travail, protection de l'environnement, développement durable, entreprise citoyenne, etc. Cette première partie de notre contribution visera à recenser qualitativement les orientations de la RSE telles qu'elles sont développées dans les travaux académiques.
- dans un second temps, d'analyser les préoccupations affichées par les équipes dirigeantes en matière de RSE, telles qu'elles sont communiquées

aux diverses parties prenantes, et leur valorisation sélective. Sur la base d'un échantillon d'entreprises européennes, l'étude de la rhétorique mise en œuvre et des représentations que le discours sur la RSE véhicule, conduira à comparer les orientations des entreprises en matière de RSE au regard des conceptions et orientations académiques actuelles. Nous serons ainsi en mesure de porter un jugement critique sur la convergence des préoccupations théoriques et des « postures » managériales.

Bien évidemment, la mise en avant des grands principes d'entreprise citoyenne, de développement durable, d'éthique des affaires... révèle des effets de mode et un certain « marketing sociétal ». Mais au-delà, il s'agira également de mettre en évidence les contradictions potentielles (du fait de la divergence des intérêts des stakeholders) ainsi que les éventuels détournements des principes de responsabilité, qu'elle soit économique, sociale ou environnementale.

De manière générale, l'adoption de codes de valeurs et de comportements traduit la volonté des entreprises de mieux maîtriser les contraintes sociétales qui peuvent peser sur elles. Les engagements de l'entreprise en faveur d'un comportement socialement responsable peuvent également constituer la base d'une stratégie de différenciation concurrentielle et le support d'une politique de communication vis-à-vis des différentes parties prenantes sociétales.

Il apparaît dès lors une divergence majeure entre les dirigeants qui semblent subir la RSE comme une nouvelle contrainte sociétale (amplifiée par les NRE), et ceux, qui, au contraire, s'approprient ses codes de valeurs et de comportements et affichent un volontarisme sociétal. Dans tous les cas, la RSE apparaît comme une variable stratégique à maîtriser.

Bibliographie

- Alpha (2004), „Ethiques et codes de conduite : état des lieux d'un nouvel enjeu social, Centre d'études économiques et sociales du Groupe Alpha., Mars 2004
- Baron, D.P, (1995), Business and Its Environment, Prentice Hall

- Capron M., *Mythes et réalités de l'entreprise responsable : acteurs, enjeux, stratégie*, Edition La découverte, 2004.
- Carroll, A.B., (1979), "A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance", *Academy of Management*, Oct 1979, N°4, 497-505
- Clarkson, M.B.E., (1995), "A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance", *Academy of Management Review*, Vol. 20, N° 1, 92-117
- Epstein, E.M., (1998), "Business Ethics and Corporate Social Policy", *Business & Society*, Vol. 37, N°1, March 1998, 7-39
- Frederick, W.C., (1994), "From CSR1 to CSR2", *Business & Society*, Vol 33, 150-164
- Freeman R. E., (1984), *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Pitman Publishing Inc., Marshfield
- Freeman, R.E., Evan, D.L., (1990), "Corporate governance: A Stakeholder interpretation" *The Journal of Behavioral Economics*, 19(4): 337-359
- Gond, J.P., (2003), "Performance sociétale de l'entreprise et apprentissage organisationnel : vers un modèle d'apprentissage sociétale de l'entreprise", XIIème Conférence de l'AIMS, Tunis, juin 2003
- Griffin, J.J., (2000), "Corporate Social Performance: Research Directions for the 21st Century", *Business & Society*, Vol. 39, N° 4, December 2000, 479-491
- Harrison, J.S., Freeman, R.E., (1999), "Stakeholders, Social Responsibility and Performance: Empirical Evidence and Theoretical Perspectives", *Academy of Management Journal*, Vol. 42, N°5, 470-485
- Jones, M.T., (1980), "Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined", *California Management Review*, Spring 1980, Vol. 22, N°3, 59-67
- Jones M.T., (1995), "Instrumental Stakeholder Theory: A Synthesis of Ethics and Economics", *Academy of Management Review*, Vol. 20, N° 2, 404-437
- Martinet, A-C., Reynaud E., (2001), "Shareholders, stakeholders et stratégie", *Revue Française de gestion*, Novembre-Décembre 2001, 12-25
- McWilliams A., Siegel, D., (2001), "Corporate Social Responsibility: A Theory of The Firm Perspective", *Academy of Management Review*, Vol. 26, N°1, 117-127
- Mitnick, B.M., (1995), "Systematics and CSR, The Theory and Processes of Normative Referencing", *Business & Society*, vol. 34, n°1, april 1995, 5-33
- Post, F.R., (2003), "A response to 'The Social Responsibility of Corporate Management : a classical critique' ", *Mid-American Journal of Business*, Spring 2003, N°18-1, 25-35
- Sethi, S.P., (1975), "Dimension of Corporate Social Responsibility", *California Management Review*, Vol. 17, N°3, 58-64
- Vogel, D., (1991), "Business Ethics: New Perspectives on Old Problems", *California Management Review*, summer 1991, 101-117
- Wartick S. L. et Cochran P.L., (1985), "The Evolution of the Corporate Social Performance Model", *Academy of Management Review* 10(4), 758-769.
- Wood, D. J., (1991), "Corporate Social Performance Revisited", *Academy of Management Journal* 16, 691-718.

