



HAL
open science

Les PME et le Développement durable

Rémi Bazillier, Leonardo E. Suarez Hernandez

► **To cite this version:**

Rémi Bazillier, Leonardo E. Suarez Hernandez. Les PME et le Développement durable : Enquête sur l'application de la Responsabilité Sociale des Entreprises dans les PME en Région Centre. 2011. halshs-00830265

HAL Id: halshs-00830265

<https://shs.hal.science/halshs-00830265>

Preprint submitted on 4 Jun 2013

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Laboratoire d'Economie d'Orléans

Document de Recherche

n° 2011-04

**« Les PME et le Développement durable
*Enquête sur l'application de la Responsabilité Sociale des Entreprises dans les
PME en Région Centre* »**

**Rémi BAZILLIER
Leonardo E. SUAREZ H.**

Laboratoire d'Economie d'Orléans – UMR CNRS 6221 Faculté de Droit, d'Economie et de Gestion,
Rue de Blois, B.P. 6739 – 45067 Orléans Cedex 2 - France

Tél : 33 (0)2 38 41 70 37 – 33 (0)2 38 49 48 19 – Fax : 33 (0)2 38 41 73 80

E-mail : leo@univ-orleans.fr - <http://www.univ-orleans.fr/DEG/LEO>

Les PME et le Développement durable

Enquête sur l'application de la Responsabilité Sociale des Entreprises dans les PME en Région Centre¹

Rémi Bazillier² et Leonardo E. Suarez H.

Résumé:

Cette étude vise à déterminer les pratiques des PME de la Région en Centre dans le domaine du développement durable et de la responsabilité sociale des entreprises (RSE). Si les chefs d'entreprises déclarent massivement mener leurs projets dans une optique de développement durable, l'étude révèle une méconnaissance des outils utilisables, des aides existantes et des partenariats institutionnels. L'enquête indique par ailleurs que les entreprises concentrent leurs actions dans les domaines où les obligations légales sont fortes, suggérant de possibles complémentarités entre législation et engagement volontaire des firmes. Le niveau d'engagement n'est pas différent entre les très petites entreprises et les PME de plus de 20 salariés mais le niveau d'information est beaucoup plus parcellaire pour les TPE. Enfin, l'aide économique aux entreprises ne se traduit pas par un niveau d'engagement plus fort même si la connaissance des mécanismes institutionnels apparaît supérieur pour ces entreprises.

Mots-Clefs : Responsabilité Sociale des Entreprises ; Petites et moyennes entreprises ; Enquête ; Développement Durable

Abstract: “SME and Sustainable Development: a survey on the enforcement of Corporate Social Responsibility by SMEs in the French Region Centre”

This study aims to determine practices of small and medium enterprises in the French Region Centre in the field of sustainable development and corporate social responsibility (CSR). If managers massively state that they lead their project following sustainable development principles, the study reveals a weak knowledge in terms of possible tools, existing aids and institutional partnerships. The study also reveals that enterprises focus in the fields where legal duties are high, suggestion possible complementarities between the legal framework and voluntary actions of firms. The level of commitment is not significantly different between firms with less than 20 employees and firms above this level. However, the level of information is weaker for smaller firms. Lastly, economic subsidies are not linked with a higher level of commitments from the firms although the knowledge of institutional partnerships is higher for firms that received subsidies.

Key- Words: Corporate Social responsibility, Small and Medium Enterprises, Survey, Sustainable Development

¹ Cette recherche a pu être réalisée grâce au soutien de la Région Centre dans le cadre du projet CRITERR (Centre de Ressources sur l'Innovation et les Territoires en Région Centre). Nous tenons en particulier à remercier Jean-Louis Garcia, qui nous a permis d'avoir accès aux entreprises soutenues par la Région Centre. Nous remercions également les étudiants du Master 2 DOTE (Développement des Organisations, des Territoires, et de l'Emploi) de l'Université d'Orléans qui ont contribué au travail d'enquête, à Jeanne Le Roy (B-Research) qui a réalisé le questionnaire sur lequel se fonde cette enquête et à toutes les entreprises qui ont accepté de répondre. Enfin, nous remercions Sophie Renault pour ses commentaires et conseils et Thierry Baudassé pour son appui.

² LEO – CNRS, Université d'Orléans. Remi.bazillier@univ-orleans.fr, Faculté de Droit, Economie et Gestion, Rue de Blois, BP6739, 45067 Orléans Cedex 2.

La RSE et les PME

Enquête sur l'application de la Responsabilité Sociale des Entreprises dans les PME en Région Centre

Introduction

La montée des préoccupations sociales et environnementales et le développement de la mondialisation ont amené un nombre croissant d'entreprises à intégrer des aspects extra-financiers dans leurs stratégies. Un grand nombre de firmes multinationales ont du faire face à des scandales liés par exemple à l'utilisation du travail des enfants dans les pays à faibles salaires dans lesquels ces entreprises étaient implantées³. La multiplication des catastrophes écologiques a également amené une prise de conscience d'un certain nombre d'entreprises craignant pour leur réputation. Ce risque en terme de réputation a pu constituer un profond moteur au développement de pratiques sociales ou environnementales au sein des firmes. Le terme de Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) renvoie à de telles pratiques. Ce concept de RSE est très souvent associé à celui du développement durable bien que son apparition soit antérieur à la formalisation du concept de développement durable, définie par la Commission Brundtland comme « *le développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs* » (CEMD 1987). La RSE peut dès lors être assimilée à l'application du développement durable au niveau des entreprises. Les motivations et les déterminants au développement de telles pratiques ont fait l'objet de nombreuses études, à la fois théoriques et empiriques. Si l'on retient la typologie des principales théories définies par Garriga et Melé (2004), on peut notamment retenir les motivations instrumentales, des motivations politiques, des motivations liées à l'intégration des parties prenantes ou encore des motivations éthiques (voir encadré 1).

L'étude de la Responsabilité Sociale des Entreprises s'est toutefois largement concentrée sur les grandes entreprises, et plus particulièrement sur les firmes multinationales.

L'article s'articule sous la forme suivante. Dans la première partie, nous présentons l'attitude générale des entreprises vis-à-vis des principes de RSE ainsi que le type d'actions dans les domaines social, sociétal ou environnemental menées dans ces entreprises. Dans la seconde partie, nous verrons s'il existe des différences de comportement du fait de la taille de l'entreprise ou du fait d'être aidé par la Région.

³ Voir par exemple Gasmi et Grollau (2005) pour une analyse détaillée du cas de Nike.

Encadré 1: Typologie des théories explicatives de la RSE (Garriga et Mélé 2004)

Théories Instrumentales	Maximisation de la valeur actionnariale	Toutes les actions sociales qui permettent d'augmenter la valeur actionnariale doivent être prises en compte, mais si ces actions ne sont qu'un coût, il faut les rejeter.
	Stratégie pour acquérir un avantage comparatif	L'entreprise permet de définir des objectifs sociaux à long terme pour créer un avantage comparatif, Garriga et Mélé distinguent trois approches : investissements sociaux dans un contexte compétitif, la vision de la firme basée sur les ressources naturelles et les capacités dynamiques.
	Marketing relié à une cause	La firme fixe donner un montant déterminé lié à une cause spécifique, par la consommation d'un produit et les clients ont le sentiment de participer à un objectif général.
Théories Politiques	Le constitutionalisme corporatif	Le monde des affaires est comme une institution sociale avec du pouvoir en interne et en externe (Davis 1960). Il postule deux principes : le pouvoir social de l'entrepreneur et la loi de fer de la responsabilité qui renvoie aux conséquences de ne pas utiliser ce pouvoir.
	Le contrat social intégratif	La société et le monde des affaires sont liés par un contrat social implicite, c'est-à-dire que les entreprises doivent agir selon le contexte socioculturel qui les entoure (Donaldson 1982).
	La citoyenneté d'entreprise	Plusieurs définitions existent. Selon Matten, Crane et Chapple (2003), il existe trois dimensions: la citoyenneté limitée (actions philanthropiques uniquement), de manière équivalente à la RSE, ou la citoyenneté étendue (ou l'entreprise se substitue à l'Etat).
Théories Intégratives	Les parties prenantes	L'entreprise prend en compte tous les acteurs intéressés par ces activités et pas seulement les actionnaires.
	La performance sociale des entreprises	Cette théorie inclut la recherche de légitimité sociale et les différents moyens d'y parvenir (Carroll 1979), il ajoute aux trois piliers de RSE les objectifs de la firme.
Théories Éthiques	Les droits universels	Cette approche est liée aux grandes firmes multinationales qui fragmentent les activités de production et de commercialisation dans les pays en développement, et le pilier est le respect des droits de l'Homme.
	Le développement durable	Il s'agit pour la firme de prendre en compte l'ensemble des dimensions durables dans ses objectifs et non les seuls objectifs financiers.
	L'approche de biens communs	Le monde des affaires doit contribuer à la production des biens universels.

Source: Garriga et Mele (2004)

I. L'application de la RSE aux PME : une analyse exploratoire à partir du cas de la Région Centre

1.1. RSE et PME

L'application de la RSE aux petites et moyennes entreprises a fait l'objet de peu d'attention bien que le potentiel de développement de telles pratiques soit très important⁴. Comme le souligne Lapointe et Gendron (2004), le développement de la RSE implique « un déferlement le long de la chaîne de valeurs » impliquant à terme les fournisseurs des grandes firmes. Une étude de CROCIS (2004) sur l'Ile-de-France montre pourtant qu'une majorité de chefs d'entreprises de PME considèrent prendre en compte le développement durable dans le mode d'organisation de leur entreprise. Ce résultat est confirmé par une étude de l'observatoire européen des PME (2002) qui montre que la moitié des PME européennes sont impliquées à des degrés divers dans des causes socialement responsables (mais seulement 33% en France). Une étude réalisée en Rhone-Alpes (Dupuy et al. 2006) donne même des résultats plus importants: 92,5% des entreprises de cette région seraient socialement et/ou écologiquement engagées. Berger-Douce (2008) dans une étude sur les « PME rentables » montre que les motivations de ce type d'entreprises sont finalement assez proches de celles des grands groupes.

⁴ Voir Bonnevaux (2009) pour une revue de littérature.

La commission européenne a pris en compte la nécessité de développer la RSE dans les PME. Selon le groupe d'experts européens sur la RSE et les PME (2007), les décideurs publics devraient offrir une plus grande reconnaissance aux actions déjà entreprises par les PME dans ce domaine. Ils soulignent que la RSE y est « *moins formelle et plus intuitive, ce qui ne la rend pas moins importante* ». C'est d'ailleurs peut-être ce qui explique le faible nombre d'études se concentrant sur les PME: beaucoup de ces entreprises font de la RSE sans le savoir.

Cette enquête se situe dans le prolongement des études préalablement exposées. On peut également citer des études qualitatives menées dans le Languedoc-Roussillon (Gillet 2008) ou un projet régional sur l'influence du développement durable dans l'attractivité des entreprises de la région Aquitaine⁵.

En prenant le cas de la Région Centre, il s'agit d'identifier le niveau d'engagement des entreprises en terme de RSE, le type d'actions menées, les motivations et contraintes rencontrées ainsi que le niveau de communication et de mesurabilité de telles pratiques. La Région Centre constitue un exemple intéressant au niveau français. En effet, le Schéma Régional de Développement Economique et social (SRDES) adopté en 2005 intègre au delà des aspects économiques, les problématiques liés au développement durable (voir encadré 2). Plus précisément, la Région impose des contreparties sociales et environnementales à toute aide économique accordée aux entreprises (voir encadré 2). Parmi notre échantillon d'entreprises interrogées, 30% ont été aidées par la région et doivent donc mettre en place des actions sociales ou environnementales adaptés à leur taille et à leur type d'activités. L'enquête doit donc nous permettre de voir si cela a une influence sur leur comportement en terme de RSE.

Encadré 2: le dispositif d'aides aux entreprises de la Région Centre

Adopté en 2005, le Schéma Régional de Développement Economique et social (SRDES) prévoit un engagement réciproque entre l'entreprise et la région dès lors qu'un dispositif d'aide est accordé. La région accorde une aide économique et en échange, l'entreprise s'engage sur des actions sociales ou environnementales. Le dispositif prévoit la création de Contrats d'Appui aux projets (Cap'), adapté à différentes phases du développement de l'entreprise.

Les contreparties sociales et environnementales visent trois objectifs:

- assurer une meilleure lisibilité de la stratégie régionale
- passer d'une logique de guichet à une logique de projet
- Appuyer les actions visant à mieux intégrer le développement durable dans les entreprises notamment les démarches d'éco-conception, de management environnemental et d'anticipation des risques.

Chaque entreprise voit sa situation évaluée au regard de 10 objectifs. En fonction de cela, est construit un contrat d'objectifs intégrant les exigences en matière sociale et environnementale. Parmi les objectifs figurent par exemple la promotion de technologies propres, sobres et économes en énergie ou le soutien à l'emploi durable (non précaire) et la formation.

Source: <http://www.regioncentre.fr/jahia/Jahia/AccueilRegionCentre/domaines-intervention/Economie/EntreprisesSchéma Régional de Développement Economique et Social>, *Document adopté lors de la séance plénière les 15 et 16 Décembre 2005*, Région Centre

5 Voir <http://adage.u-bordeaux4.fr/>

1.2. Attitudes générales vis-à-vis de la RSE

Le premier enseignement de l'enquête est que la plupart des personnes interrogées considèrent mener leurs projets dans une perspective de RSE. Seules 10% des entreprises répondent négativement à cette question. 20% l'espèrent, 41% essaient et 28% déclarent le faire « sans aucun doute ». Ces résultats sont conformes avec la plupart des études menées sur des PME en France.

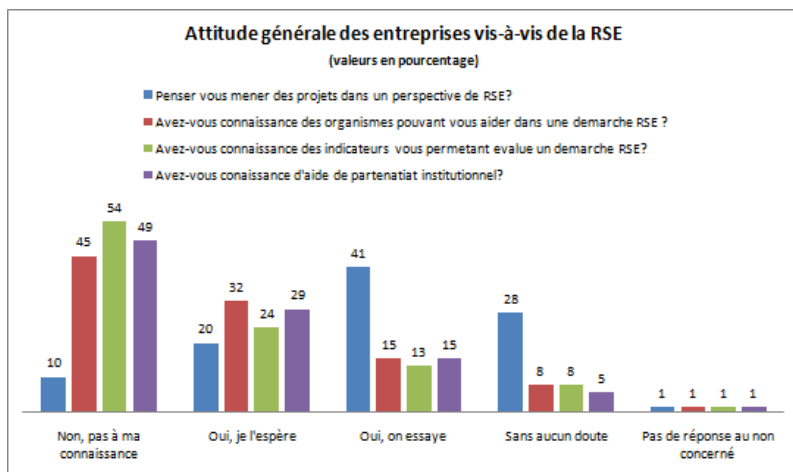
Encadré 3 : présentation du questionnaire

Au sein des entreprises, les personnes interrogées ont été systématiquement des responsables (chefs d'entreprises, responsables d'agence, directeur de ressources humaines) ayant donc l'information nécessaire sur les actions menées en interne. L'échantillon compte 92 entreprises de différents secteurs d'activités. Parmi les secteurs les plus représentés, on peut citer l'industrie manufacturière (17%), les activités de service (14%) ou encore les activités scientifiques et techniques (12%). Les entreprises interrogées proviennent d'abord des principales villes de la Région, notamment Orléans et Tours. Notre enquête se concentre sur les petites et moyennes entreprises. En effet, 45 entreprises ont moins de 20 salariés tandis que 39 ont entre 20 et 499 salariés. Il nous sera donc possible d'identifier les différences de comportement entre très petites entreprises (TPE) et petites et moyennes entreprises de plus de 20 salariés.

L'enquête a été réalisée grâce à des entretiens semi-directifs et par un questionnaire mis-en-ligne. Les réponses obtenues par entretien semi-directif ont été rendues comparables avec celles obtenues par l'enquête en ligne grâce à une codification des réponses établies par les chargés d'enquêtes. Afin de favoriser la comparabilité de nos résultats avec d'autres études existantes sur des thématiques similaires, nous avons retenu dans cette partie des questions comparables avec l'étude de Berger-Douce (2008) notamment.

La réalisation d'une enquête sur les petites et moyennes entreprises doit inciter à des précautions particulières en ce qui concerne le vocabulaire utilisé. En effet, comme l'affirme le rapport du comité d'expert de l'Union Européenne, « *Le terme « responsabilité sociale des entreprises » est confus et rebutant pour la plupart des PME. Même si le terme demeure utile dans les cercles des décideurs politiques, des termes de substitution doivent être trouvés dans la plupart des langues en vue de communiquer avec les PME.* ». Nous avons donc privilégié l'utilisation du terme « application du développement durable », beaucoup plus parlant pour les PME, même si un grand nombre d'interlocuteurs s'étonnaient que cela aille au-delà de la simple dimension environnementale. Les concepts étaient systématiquement expliqués aux interlocuteurs.

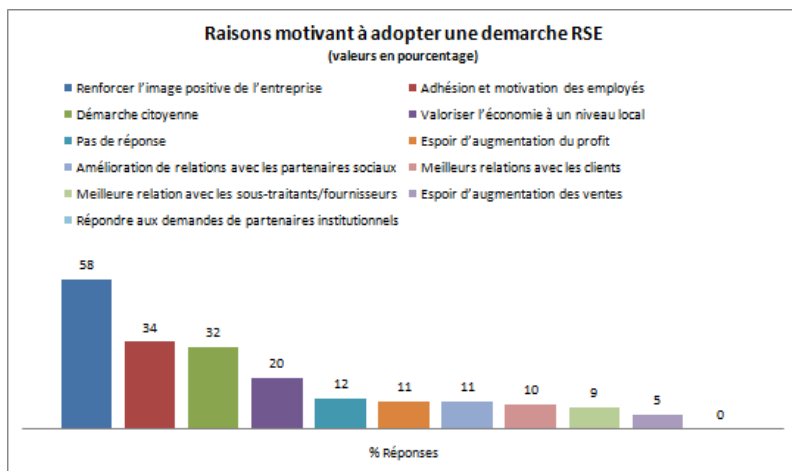
Ce résultat se rapproche même de celui particulièrement élevé obtenu en Rhône-Alpes (92,5% des entreprises interrogées seraient socialement ou écologiquement engagées). Berger-Douce (2008) obtient 88,2% de réponses positives à la même question (contre un total de réponses positives de 90% dans notre échantillon).



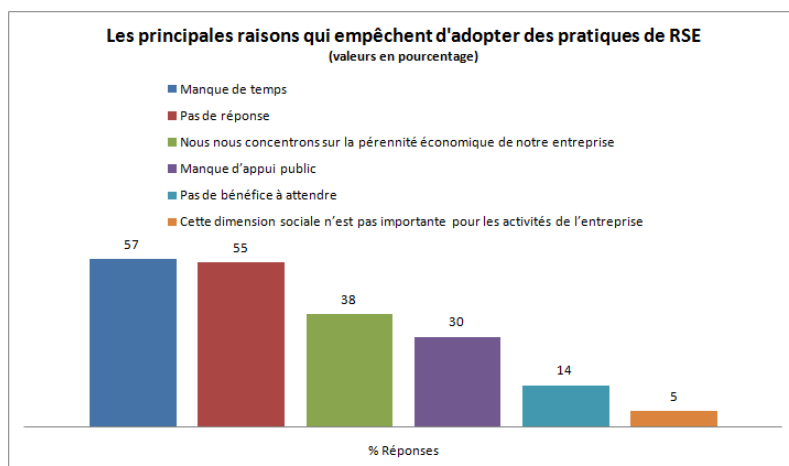
Si les entreprises considèrent donc mener des projets dans une perspective de responsabilité sociale, leur connaissance des indicateurs, des aides, des partenariats institutionnels est très parcellaire. 54% des entreprises n'ont ainsi aucune idée des indicateurs pouvant être utilisés. 49% ne connaissent aucune aide de partenaires institutionnels et 45% ne connaissent aucun organisme susceptible de les aider à mettre en place de telles pratiques.

En ce qui concerne les principales raisons invoquées justifiant l'adoption d'une démarche RSE, il s'agit principalement de renforcer l'image positive de l'entreprise pour 58%, puis de renforcer l'adhésion et la motivation des salariés pour 34%. Ce résultat est intéressant car il suggère que la RSE a d'abord une finalité en externe, en termes de communication. Mais elle peut également servir en interne, afin de favoriser l'implication des salariés. Dans les deux cas, la motivation est

clairement *instrumentale*, pour reprendre la terminologie de Garriga et Melé (2004). En cherchant à renforcer l'image positive de l'entreprise, l'objectif est indirectement d'augmenter les ventes (bien que l'espoir d'augmentation des ventes ne soit cité que par 5% des entreprises interrogées). En renforçant l'adhésion des employés, on cherche à améliorer la productivité et limiter la rotation de la main-d'œuvre. Néanmoins, l'enquête



réalisée en entretien semi-directif fait ressortir que beaucoup de responsables se sentent mal à l'aise pour assumer le caractère clairement utilitariste de leurs motivations. Seulement 11% déclarent directement espérer une hausse du profit et 5% leur vente. Bien que le lien entre image de l'entreprise, implication des salariés et performance économique semble clair, beaucoup de chefs d'entreprises ont du mal à faire un lien direct entre ces différentes dimensions.



Les chefs d'entreprises interrogés mettent par ailleurs souvent en avant leur éthique personnelle (32% des raisons motivant l'adoption de démarche RSE) et leur attachement au développement d'un territoire (pour 20%). Dans l'ensemble, les résultats sont donc contrastés. Si les principales motivations sont clairement utilitaristes, elles ne sont pas assumées comme telles par les entreprises. Et la dimension éthique reste importante.

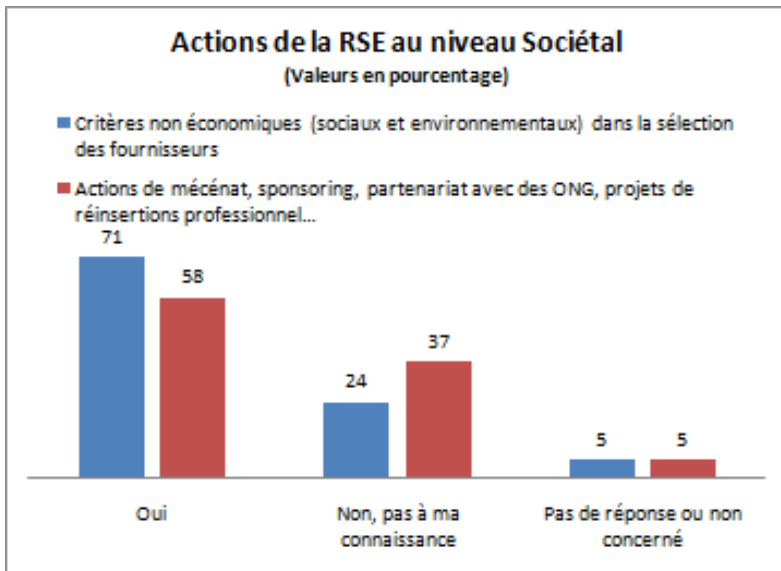
En ce qui concerne les obstacles, ils sont essentiellement liés au manque de temps ou au coût pour l'entreprise. Le manque d'appui public ou institutionnel ressort comme un frein au développement de la RSE (cité dans 30% des cas comme un obstacle). Il est intéressant de voir que la dimension économique occupe une place particulière à la fois dans les motivations et la mise en place de stratégies de RSE. Il semble que les chefs d'entreprises ont du mal à percevoir l'intérêt économique de telles démarches, ce qui peut freiner leur engagement. Le manque d'information ou de formation est donc un facteur important qui peut empêcher de nombreuses PME à profiter des opportunités de profit ouvertes par certaines pratiques de RSE.

1.2. Les actions au niveau social, sociétal et environnemental

Dans le **domaine social**, le niveau d'engagement peut être décomposé en trois groupes. En ce qui concerne les conditions de santé et de sécurité au travail, la politique des heures travaillées ou la qualité des systèmes de rémunération, une grande majorité de chefs d'entreprises déclarent réaliser des actions. Les taux de réponses positives oscillent entre 82% pour les systèmes de rémunération et 93% pour les conditions de santé et sécurité au travail. Un deuxième niveau d'engagement inclut le respect de la liberté syndicale et les questions de non-discrimination. Pour ces deux actions, les taux de réponses positives tournent autour de 50% (53% pour la liberté syndicale et 42% pour la discrimination). Enfin, seulement 15% des chefs d'entreprises interrogés déclarent se préoccuper des questions de Droits de l'Homme au travail, du non-recours au travail des enfants et au travail forcé. Il faut toutefois noter que ces préoccupations concernent essentiellement des entreprises qui ont des implantations à l'étranger. Parmi les entreprises interrogées, 83% n'étaient ainsi pas concernées. Si les entreprises interrogées semblent donc globalement majoritairement concernées par les enjeux sociaux de la RSE, il faut souligner qu'elles s'engagent principalement dans les domaines dans lesquels les obligations légales sont fortes. Il serait donc utile d'approfondir l'analyse pour identifier si les pratiques que les chefs d'entreprises mettent en œuvre vont effectivement au-delà des engagements légaux ou s'ils ne mettent au contraire en avant que le respect de la loi, ce qui serait difficilement identifiable à de la RSE⁶. Le niveau de communication (voir tableaux en annexe) est systématiquement inférieur au niveau d'engagement (de l'ordre de 10 points), confirmant l'idée que les engagements en RSE ne sont que partiellement assimilés par les chefs d'entreprises à des outils stratégiques utilisables dans le cadre d'une politique d'expansion économique. Le niveau de mesurabilité est également inférieur, sensiblement équivalent au niveau de communication. Il ressort que les entreprises qui communiquent sont également celles qui cherchent à mesurer les progrès réalisés. Ici, la communication n'apparaît donc pas comme un outil *« destiné à tromper le consommateur sur les pratiques environnementales (et sociales, ndlr.) de l'entreprise »*, pour reprendre la définition donnée par Greenpeace du greenwashing. Le fait que ce type d'actions ne soit pas pleinement intégré à la stratégie des petites et moyennes entreprises participe certainement à cette situation. Ici, au contraire, la communication sur les engagements en terme de RSE serait plutôt un signe d'engagement élevé. La corrélation entre la communication et la mesurabilité renforce cette hypothèse. Il faut enfin souligner que la communication est d'abord une communication interne. Il s'agit plus pour ce type d'actions de renforcer la motivation et l'implication des salariés que de chercher à maximiser les ventes ou améliorer l'image de l'entreprise.

Dans le **domaine sociétal**, les résultats compilés montrent que les entreprises déclarent avoir des critères non-économiques dans la sélection des fournisseurs (pour 71%). Le niveau de communication et de mesurabilité est cependant relativement plus faible avec seulement 51% qui déclarent communiquer à différents niveaux ou mesurer ce type d'engagements. On peut donc

6 Rappelons la définition de la RSE donnée par la Commission européenne: *« être socialement responsable signifie non seulement satisfaire pleinement aux obligations juridiques applicables, mais aller au-delà et investir d'avantage dans le capital humain, l'environnement, et les relations avec les parties prenantes »*.

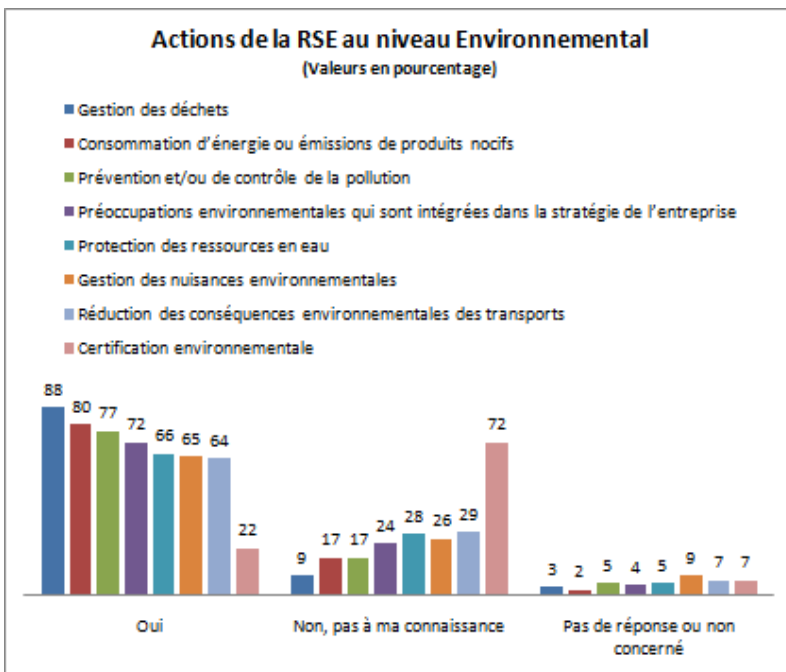


s'interroger sur l'effectivité de telles pratiques. En outre, 58% déclarent participer à des actions de mécénat, partenariat avec des ONG, à des projets de réinsertions professionnelles. La proportion d'entreprises déclarant ne rien faire dans ce domaine est plus importante que pour d'autres types d'actions (37%).

Enfin, dans le **domaine environnemental**, parmi les actions les plus fréquemment citées, on retrouve la gestion des déchets (88%), la consommation d'énergie

(80%), et la prévention et le contrôle de la pollution (77%). Il faut noter que le niveau de communication pour ce type d'action est relativement élevé même s'il s'agit plus de communication en interne. Ici l'enjeu semble être de convaincre les salariés de l'utilité de telles démarches permettant à l'entreprise de réaliser des économies. En revanche, il faut noter le faible recours à la certification environnementale de telles pratiques (ISO 14001, ecolabel, NF environnement ou autres). Cet outil qui peut être très utile dans une stratégie de communication externe est peu connu des entreprises interrogées. Globalement, la logique de ce type d'actions est essentiellement interne

et il semble que les entreprises peinent encore à réaliser des actions environnementales à des fins de stratégie extérieure. On le voit, les actions privilégiées sont celles qui permettent de réaliser à court-terme des économies financières. On n'est pas dans une logique d'extension des parts de marché par exemple. Enfin, le taux de réponse négative pour les engagements environnementaux est un peu plus haut que pour les activités au niveau social. Un nombre significatif de responsables d'entreprises mettent en avant le coût trop important et les obligations légales sont moins fortes.



II. Différences d'attitudes vis-à-vis de la RSE en fonction de la taille des entreprises et des aides régionales reçues

Nous cherchons dans cette partie à identifier si les comportements des chefs d'entreprises varient en fonction de deux éléments: la taille de l'entreprise et l'obtention d'aides régionales.

Concernant le premier aspect, il s'agit de vérifier l'hypothèse selon laquelle l'engagement en terme de RSE était proportionnel à la taille des entreprises. Si Berger-Douce (2008) montre qu'il n'en est

rien pour les PME rentables, il s'agit d'une opinion largement partagée, notamment par les chefs de PME. C'est ce qui ressort des entretiens semi-directifs réalisés pour cette enquête. Selon l'Observatoire des PME européennes (2002, page 17), « *si on prend en compte la taille des entreprises, la plupart des concepts-clefs et des outils relatifs à la RSE ont été développés par et dans le contexte de grandes entreprises. Plusieurs raisons peuvent être avancées pour expliquer ce fait. D'une part, les grandes entreprises ont un profil grand public qui génère plus d'intérêt pour leurs actions de RSE. D'autre part, les grandes entreprises sont plus aisément accessibles.* » Notre échantillon comportant uniquement des petites et moyennes entreprises ne nous permet pas d'étudier les différences de comportement entre PME et grandes entreprises. Il est néanmoins suffisant pour étudier des différences de comportements entre les très petites entreprises (moins de 20 salariés) et les autres PME (entre 20 et 499 salariés). Le tableau 1 présente les différences (en points) entre ces deux types d'entreprises. Étant donné la taille de notre échantillon, il est nécessaire d'être prudent dans la comparaison des pourcentages. Nous pouvons néanmoins identifier des différences significatives grâce au test de Student d'égalité de pourcentage entre deux sous-échantillon.

Table 1: Différences (en points) entre TPE et PME de plus de 20 salariés

	Non	Total Oui
Penser vous mener des projets dans un perspective de RSE?	2,03	-0,09
Avez-vous connaissance des organismes pouvant vous aider dans une démarche RSE ?	10,77	-8,21
Avez-vous connaissance des indicateurs vous permettant d'évaluer un démarche RSE?	25,98**	-23,42**
Avez-vous connaissance d'aide de partenariat institutionnel?	26,67**	-24,10**

Note: Différence significative au seuil de 1%***, 5%** , 10%* selon le test de Student

Notre échantillon ne nous permet pas d'identifier de différences de comportement entre TPE et PME de plus de 20 salariés. La différence de réponses à la question « pensez-vous mener vos projets dans une perspective de RSE » est ainsi non-significative. Il en est de même concernant la connaissance d'organismes. Par contre, les très petites entreprises ont tendance à moins connaître les indicateurs permettant d'évaluer leur démarche RSE et d'aide ou de partenariat institutionnel. Pour ces deux questions, les réponses sont statistiquement différentes au seuil de 5%. En ce qui concerne les motivations, il existe peu de différences selon la taille de l'entreprise. La plupart des différences obtenues ne sont pas significatives à la notable exception du renforcement de l'image positive de l'entreprise. Les responsables de très petites entreprises sont globalement moins concernés par cet aspect. Ils sont également moins nombreux à attendre de la RSE qu'elle améliore leur relation avec les partenaires sociaux. Notons enfin qu'ils sont plus nombreux à ne pas répondre, signe de la difficulté pour ces chefs d'entreprises à replacer ce type d'actions dans une stratégie plus large.

Tableau 2: différences (en points) dans les motivations à l'adoption de pratiques RSE selon la taille de l'entreprise

	Différence
Renforcer l'image positive de l'entreprise	-24,79**
Adhésion et motivation des employés	7,01
Démarche citoyenne	0,34
Valoriser l'économie à un niveau local	11,28
Pas de réponse	19,66***
Meilleures relations avec les clients	0,85
Espoir d'augmentation du profit	-1,37
Espoir d'augmentation des ventes	-1,37
Amélioration de relations avec les partenaires sociaux	-10,94*
Meilleure relation avec les sous-traitants/fournisseurs	-0,68
Répondre aux demandes de partenaires institutionnels	

Note: Différence significative au seuil de 1%***, 5%** , 10%* selon le test de Student

Les obstacles à la mise en place d'une stratégie RSE font surtout ressortir un moindre intérêt des chefs de très petites entreprises aux dimensions extra-économiques dans la gestion de leur entreprise. La seule différence significative est en effet observée pour la réponse « cette dimension n'est pas importante pour les activités de mon entreprise ».

Pour conclure sur cette analyse par taille, il ressort globalement peu de différences entre très petites entreprises et autres PME. Les TPE semblent moins connaître les aides et partenariats institutionnels et moins intéressées par la RSE comme moyen d'amélioration de l'image de l'entreprise. Elles sont plus nombreuses à considérer que ces actions ne font pas partie de l'activité de l'entreprise.

Tableau 3: Différences (en points) concernant les obstacles à la mise en place de pratiques RSE selon la taille de l'entreprise

Manque de temps	5,81
Pas de réponse	1,71
Nous nous concentrons sur la pérennité économique de notre entreprise	-3,25
Manque d'appui public	-4,44
Pas de bénéfice à attendre	-6,5
Cette dimension sociale n'est pas importante pour les activités de l'entreprise	5,81*

Note: Différence significative au seuil de 1%***, 5%** , 10%* selon le test de Student

Intéressons-nous maintenant à de possibles différences selon le fait que l'entreprise reçoive ou non des aides régionales. Cette question est importante car depuis 2006, les entreprises aidées par la Région Centre doivent signer un contrat leur assignant des objectifs sociaux ou environnementaux. Ces entreprises devraient de fait être plus sensibilisées aux enjeux liés à la RSE et avoir une meilleure connaissance des partenariats et aides institutionnels. D'un autre côté, une partie importante des entreprises aidées ont des difficultés économiques qui peuvent rendre plus difficile la mise en place de pratiques RSE. Notre échantillon comporte 28 entreprises aidées et 64 entreprises non-aidées. Malheureusement, la taille réduite de l'échantillon des entreprises aidées ne nous permet pas d'affirmer si les différences que nous présentons sont statistiquement significatives⁷. Les résultats présentés ici sont donc à prendre avec précaution et une analyse plus approfondie intégrant un nombre plus important d'entreprises aidées serait nécessaire.

Tout d'abord, notre enquête ne nous permet pas de faire émerger un niveau différent de pratiques sociales ou environnementales entre entreprises aidées et entreprises non-aidées. Par contre, et cela est plutôt encourageant, le taux de réponses positives aux questions sur la connaissance d'organismes pouvant aider dans une démarche RSE, ou d'aides et de partenariats institutionnels est plus important pour les entreprises aidées.

Tableau 4: Différences (en points) entre entreprises aidées et entreprises non-aidées par la Région Centre

	Non	Total Oui
Pensez-vous mener des projets dans une perspective de RSE?	-3	0
Avez-vous connaissance des organismes pouvant vous aider dans une démarche RSE ?	-16	18
Avez-vous connaissance des indicateurs vous permettant d'évaluer une démarche RSE?	-4	-1
Avez-vous connaissance d'aide de partenariat institutionnel?	-17	13

⁷ Du fait d'un échantillon réduit d'entreprises aidées et d'un écart important entre les deux échantillons, l'erreur-type est trop importante conduisant à statistiquement ne pas pouvoir rejeter l'hypothèse d'égalité des pourcentages entre les deux sous-échantillons.

En ce qui concerne les motivations, les entreprises aidées semblent moins concernées par l'impact que cela peut avoir sur l'image de l'entreprise mais plus impliquées dans la valorisation de l'économie locale. Notons qu'aucune des entreprises aidées interrogées ne déclare mettre en place des pratiques pour « répondre aux demandes de partenaires institutionnels ». Si ces entreprises mettent en place de tels dispositifs, cela ne semble pas s'expliquer par les contreparties demandées par la Région mais par des convictions propres des dirigeants ou une stratégie propre à la firme. Toutefois, les deux ne sont pas forcément incompatibles, les entreprises pouvant mettre en place de telles pratiques car conformes aux convictions des dirigeants et demandées par la Région. De plus, la logique de contractualisation de la Région passe par une discussion avec l'entreprise pour prendre en compte sa situation économique et son niveau de respect d'un certain nombre d'objectifs sociaux et environnementaux, rendant possible la conciliation des deux objectifs (celui de la Région et celui de l'entreprise aidée).

Table 5: Différences dans les motivations (en points) entre entreprises aidées et non-aidées

	Différence
Renforcer l'image positive de l'entreprise	-13,39
Adhésion et motivation des employés	4,73
Démarche citoyenne	7,81
Valoriser l'économie à un niveau local	14,25
Pas de réponse	4,05
Amélioration de relations avec les partenaires sociaux	5,58
Espoir d'augmentation du profit	-4,9
Meilleures relations avec les clients	-3,36
Espoir d'augmentation des ventes	-7,07
Meilleure relation avec les sous-traitants/fournisseurs	-7,69
Répondre aux demandes de partenaires institutionnels	0

Enfin, en ce qui concerne les obstacles à la mise en place de telles pratiques, notons que les entreprises aidées ont moins tendance à mettre en avant le manque d'appui public mais dans des proportions relativement faibles (-6 points). Elles sont par contre plus nombreuses à mettre en avant la pérennité de l'entreprise. Toutefois il est très difficile de dire si cela s'explique par le fait de recevoir ou non une aide régionale ou par d'autres facteurs liés par exemple à la taille ou la rentabilité des entreprises interrogées.

Table 6: différences d'obstacles (en points) entre entreprises aidées et entreprises non-aidées

	Différence
Pas de réponse	26,38
Manque de temps	-17,09
Nous nous concentrons sur la pérennité économique de notre entreprise	9,06
Manque d'appui public	-6,38
Pas de bénéfice à attendre	-4,27
Cette dimension sociale n'est pas importante pour les activités de l'entreprise	-7,69

Conclusion

Cette enquête sur l'application de la RSE est la première menée sur ce thème en Région Centre et une des premières portant spécifiquement sur les PME en France. Globalement, un certain nombre de résultats confirment ceux des études existantes. Tout d'abord, une grande majorité (89%) des chefs d'entreprises interrogées déclarent s'engager à des niveaux divers dans des pratiques

environnementales et sociales dont 28% déclarent le faire « sans aucun doute ». Par ailleurs notre enquête confirme la méconnaissance de possibles appuis institutionnels, d'indicateurs ou de partenariats pour aider les entreprises dans de telles démarches. La thématique de la Responsabilité Sociale des Entreprises reste très largement pour les chefs d'entreprises interrogés une thématique propre aux grandes entreprises bien que ces derniers reconnaissent faire des choses dans ce domaine. Néanmoins, les motivations et obstacles énoncés montrent qu'ils ont du mal à intégrer les dimensions sociales et environnementales dans une stratégie globale d'entreprise. Si ces entreprises font ce type d'actions, c'est tout d'abord dans l'espoir d'améliorer l'image de l'entreprise ou de motiver les salariés. L'objectif instrumental de telles pratiques n'est pas clairement affiché même si l'on peut supposer que les chefs d'entreprises comptent sur de possibles effets indirects qu'ils semblent avoir du mal à mesurer.

Lorsque l'on étudie les actions menées dans le détail, il apparaît que les chefs d'entreprises s'engagent d'abord dans des domaines où les obligations légales sont fortes, suggérant de possibles complémentarités entre législation et engagement volontaire des entreprises. Il serait nécessaire d'approfondir l'étude pour voir dans quelle mesure les entreprises déclarant s'engager dans de telles démarches ne font que respecter la loi ou vont au-delà des simples obligations légales.

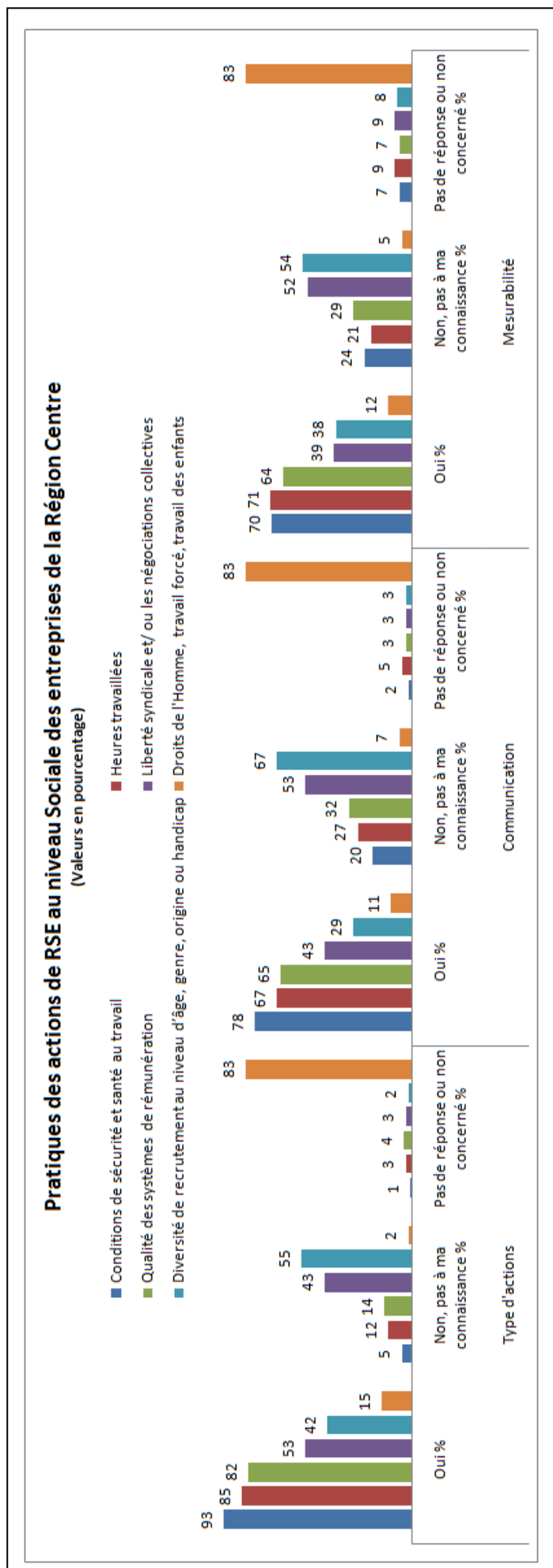
Un résultat important de notre enquête porte sur le lien entre actions dans le domaine de la RSE, communication et mesurabilité de tels engagements. Il apparaît que les entreprises peinent à communiquer sur ces aspects. Le niveau de communication y est systématiquement inférieur au niveau d'engagement donné, ce qui confirme le fait que ce type de démarche est peu utilisé de manière stratégique. Par ailleurs, il ressort que l'essentiel de la communication dans ces entreprises est une communication en interne, visant d'abord à favoriser l'implication des salariés. Le niveau de mesurabilité annoncé est également plus faible et semble corrélé avec le niveau de communication. Ce résultat suggère que pour ce type d'entreprises, la communication ne révèle pas une stratégie visant à tromper le consommateur (stratégie de greenwashing) mais viendrait plutôt signaler un niveau d'engagement supérieur des firmes. Celles qui communiquent sont également celles qui mesurent les progrès accomplis, reflétant de fait une stratégie plus élaborée.

Le dernier objectif de l'enquête était d'identifier de possibles différences de comportements selon la taille ou le fait de recevoir des aides régionales. Le niveau d'engagement en RSE est sensiblement équivalent, quelque soit ces caractéristiques. Il apparaît cependant que les très petites entreprises ont une connaissance plus parcellaire des organismes, aides et partenariats institutionnels. Cela peut freiner leur engagement dans ce domaine. Notre conviction est que des dispositifs publics d'appuis aux entreprises innovantes dans les domaines sociaux et environnementaux devraient prévoir un volet spécifique visant à améliorer l'information et l'appui à ces petites entreprises. Les très petites entreprises comptent également moins sur ce type de démarches pour améliorer leur image ou leurs relations avec d'autres parties prenantes. La structure publique peut contribuer au développement de pratiques responsables en communiquant auprès de ses entreprises sur les bénéfices potentiels sur ces aspects.

En ce qui concerne les différences entre entreprises aidées et entreprises non-aidées par la Région Centre, l'objectif était de mesurer de possibles effets aux contreparties sociales et environnementales demandées par la Région depuis 2006. L'étude mériterait d'être approfondie sur ce point, l'échantillon d'entreprises aidées étant insuffisant pour avoir des résultats statistiquement représentatifs. Il apparaît néanmoins de ces premiers résultats que ces entreprises connaissent mieux les dispositifs d'appuis, d'aide ou de partenariats institutionnels, mais que cela ne se traduit pas par un engagement plus élevé dans le domaine de la RSE. Ce dispositif original est potentiellement intéressant mais les effets ne se feront sentir qu'à moyen-terme. En favorisant la connaissance de tels dispositifs, ils peuvent favoriser leur expansion mais il conviendrait d'en mesurer plus largement leur effectivité. Cette enquête fait clairement ressortir des besoins de formation et d'accompagnement pouvant provenir des partenaires institutionnels. De cette manière, les entreprises pourront mieux traduire des engagements sociaux et environnementaux en avantages stratégiques à plus long terme.

Bibliographie

- AFCI-CCI (2006), « La prise en compte du développement durable et de la responsabilité sociétale de l'entreprise (DD/RSE) par les PME/PMI », octobre
- Berger-Douce, S. (2009), « Rentabilité et pratiques de RSE en milieu PME: premiers résultats d'une étude française », *Management et Avenir*, 2008/1 (N°15)
- Bonnevaux, E. (2009), « Démarches de RSE en PME et éléments de réflexion autour d'une revue de la littérature », Cahiers de Recherche du CERMAT vol. 22#09-158
- Carroll, A. (1979), "A three dimension conceptual model of corporate performance," *Academy of Management review*, 4(4), 497–505.
- CROCIS-CCIP (2004), « Le développement durable dans les PME-PMI franciliennes: baromètre 2004 », Hors-série
- Commission Mondiale sur l'Environnement et le Développement (1987), *Notre avenir à tous*, Montréal, Fleuve
- Davis, K. (1960), "Can business afford to ignore corporate social responsibility," *California Management Review*, 2, 70–76.
- Donaldson, T. (1982), *Corporations and morality*. Prentice-Hall, Englewood Cliff, NJ.
- J.C. Dupuis, N. Haned and C. Le Bas (2006), La responsabilité sociale des entreprises (RSE) en Rhône-Alpes – Premiers résultats d'une enquête auprès des PME régionales, Cahier de recherche du GEMO, n° 2, (<http://www.esdes-recherche.net>).
- Garriga, E., et D. Melé (2004), "Corporate Social Responsibility theories : Mapping the territory," *Journal of Business Ethics*, 53, 51–74.
- Gasmi, N. et G. Grolleau (2005), « Nike face à la controverse éthique relative à ses sous-traitants », *Revue française de gestion* 4/2005 (n° 157), p. 115-136.
- Gillet, C. (2008), « La perception des concepts liés à la RSE à travers le discours des dirigeants de PME: une étude exploratoire », communication au troisième congrès du RIODD, ESDES, Lyon, Juin 2008.
- Groupe d'experts européens sur PME et RSE (2007), « Opportunité et responsabilité Comment aider les PME à intégrer les questions sociales et environnementales dans leurs activités » , Commission européenne DG entreprises
- Lapointe, A. et C. Gendron (2004), « La responsabilité sociale d'entreprise dans la PME: option marginale ou enjeu vital », communication au 7e congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Octobre 2004, Montpellier
- Matten, D., A. Crane, et W. Chapple (2003), "Behind the mask : revealing the true face of corporate citizenship," *Journal of Business Ethics*, 45(1-2), 109–120.
- Observatoire des PME européennes (2002), « Les PME européennes et les responsabilités sociale et environnementale », 2002/4, Publication DG entreprises, Commission Européenne.



Annexe 2 : Pratique, communication et mesurabilités des actions RSE dans le domaine sociétal

