

**DROITS ET DEVOIRS ETHIQUES
ENTRE ENTREPRISES ET SOCIETE CIVILE
ETHICAL RIGHTS AND DUTIES
BETWEEN BUSINESS AND CIVIL SOCIETY**

Mohamed Djamil MERAD-BOUDIA
LARMHO – Université de Tlemcen
meradboudia.univ@gmail.com

Reçu 07-Décembre-2021	Accepté 08-Décembre-2021	Publié en ligne 27-Décembre-2021
-----------------------	--------------------------	----------------------------------

Résumé

L'entreprise est une structure économique et un acteur majeur de la société, elle est de plus en plus confrontée aux pressions exercées par les parties prenantes (actionnaires, salariés, consommateurs, ONG, cadre réglementaire,...).

Face à cette situation, l'entreprise n'a pas eu d'autres choix que de repenser à ses décisions d'affaires ou sa relation avec ces parties prenantes.

La notion de responsabilité sociale est fondée sur le droit de regard de ces diverses parties prenantes. Les enjeux se formulent en termes de transparence, de risque et de réputation, en intégrant des objectifs de développement durable en conciliant les exigences à la fois environnementales, sociales et économiques.

La prise de conscience des enjeux de la RSE et sa mise en pratique a considérablement progressé ces dernières années. Toutefois, il faut bien reconnaître qu'il reste du progrès à faire dans la mise en oeuvre et l'intégration stratégique de la RSE par les entreprises.

Mots-clés : Responsabilité Sociale, développement durable, Investissement Socialement Responsable, Consom'acteur

Abstract

The company is an economic structure and a major player in society, and is increasingly confronted with pressure from stakeholders (shareholders, employees, consumers, NGOs, regulatory framework, etc.).

Faced with this situation, the company has had no choice but to rethink its business decisions or its relationship with these stakeholders.

The notion of social responsibility is based on the right of access to these various stakeholders. The challenges are formulated in terms of transparency, risk and reputation, integrating sustainable development objectives by reconciling environmental, social and economic requirements.

Awareness of the challenges of CSR and its implementation has progressed considerably in recent years. However, it must be acknowledged that there is still progress to be made in the implementation and strategic integration of CSR by companies.

Keywords : Social Responsibility, sustainable development, Socially Responsible Investment, Consumer

1. Introduction

Une entreprise est une structure économique et sociale comprenant une ou plusieurs personnes et travaillant de manière organisée pour fournir des biens ou des services économiques. Elle est un acteur majeur de la société et de plus en plus confrontée aux pressions exercées par les parties prenantes (actionnaires, salariés, consommateurs, ONG et le cadre réglementaire, ...).

On constate ainsi le pouvoir grandissant, ou du moins la visibilité accrue, des actionnaires et des groupes de pression dans les décisions des entreprises sur des questions qui sont susceptibles d'avoir un impact social. Parfois, ces acteurs arrivent à infléchir les décisions des gestionnaires ou des conseils d'administration.

La prise de conscience de la situation du travail des enfants dans certains pays en voie de développement est un exemple récent très éloquent. De grandes entreprises n'ont eu d'autres choix que de repenser leurs décisions d'affaires ou leurs relations avec des fournisseurs. Pour plusieurs observateurs, la recherche du profit occulte trop souvent la responsabilité sociale des entreprises ou des investisseurs.

La notion de responsabilité est fondée sur le droit de regard de ces diverses parties prenantes et les enjeux se formulent en termes de transparence, de risque et de réputation. En intégrant des objectifs de développement durable, le management des entreprises devient plus complexe et doit concilier des exigences à la fois environnementales, sociales et économiques. De nouveaux modes de pilotage et d'évaluation apparaissent et le foisonnement des outils de gestion de codes de conduite, normes et certifications, rapports sociétaux, notation - doit être déchiffré et analysé (Bodet, Lamarche, P9).

Etre responsable, signifie, en termes simples, assumer ses actes et leurs conséquences et accepter d'en répondre.

Par conséquent, le débat actuel sur les modèles de gouvernance d'entreprise s'articule autour d'une distinction fondamentale : celle qui oppose une conception restreinte, tournée vers les intérêts des seuls actionnaires (Shareholders), à une conception élargie, qui ménage les attentes de l'ensemble des parties prenantes. C'est-à-dire entre un modèle orienté par la vision actionnariale, caractéristique des pays anglo-saxon d'une part; et un modèle ayant une vision plus partenariale, qui correspond au capitalisme allemand ou japonais (Bodet, Lamarche, P15), plus empreint de préoccupations sociales et de coopération entre les différentes catégories, d'autres part. La France, l'Italie, l'Espagne et d'autres pays développés occupent une position intermédiaire entre ces deux modèles de gouvernance.

Pour autant, il n'est pas certain, que ces deux conceptions soient totalement contradictoires, et que leur opposition soit irréductible. En effet, d'une part, les actionnaires peuvent être attentifs aux effets de l'activité de l'entreprise sur les autres parties intéressées, y compris sur les sujets de l'environnement ; et d'autre part, ces dernières peuvent elles-mêmes devenir actionnaires pour mieux se faire entendre, lors des Assemblées générales par exemple.

En réalité ; il semble bien qu'il n'existe pas d'opposition fondamentale entre les deux modèles de Gouvernance d'entreprise, mais bien plutôt une différence dans les moyens d'action utilisés par les acteurs concernées. Dans cette perspective, il devient envisageable de rechercher les voies d'une conciliation entre l'approche Shareholders et l'approche Stakeholders, (Wiedemann-Goiran, Perier, Lépineux, 2003, P.125) notamment à travers la prise en compte des critères du développement durable et de la responsabilité sociale de l'entreprise en prenant en compte les préoccupations sociales, environnementales et économiques du citoyen.

1. L'approche historique de la RSE

Au 19^e siècle, les travailleurs faisaient l'objet d'exploitations systématiques (bas salaires, conditions inhumaines de travail, discipline militaire dans les entreprises, chômage fréquent et travail d'enfants). Ils étaient considérés comme des objets et méprisés. Aussi, jusque vers 1920, le patronat, soucieux de faire oublier ou d'atténuer l'exploitation et la misère sociale, multipliait les «bonnes oeuvres» (écoles privées, églises, ouvriers, sociétés sportives).

De ce point de vue, l'élimination du travail des enfants en Europe de 1850 à 1920 est très significative.

Toutefois, ce principe ne tiendra pas longtemps, dès lors que surviennent des circonstances défavorables, comme en témoigne l'histoire sociale européenne (Bodet, Malandain, Vidal, 2006, P.85), Codes de conduite vs accords cadres internationaux (ACI) : Un enjeu de renouvellement du syndicalisme international, Conférence RIODD).

Les années qui ont suivi la fin de la guerre 1940-1945 ont vu la mise en place de différentes institutions internationales afin d'organiser le système monétaire et le commerce international et de s'acheminer dans le sens d'un meilleur encadrement des politiques commerciales et financières.

C'est dans ce climat qu'à l'issue de la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et l'Emploi, que fut signée le 24 mars 1948 la Charte de La Havane qui a créé l'Organisation internationale du Commerce. Cette dernière traitait dans ses articles 16 et 40 à 54 des investissements internationaux et des pratiques commerciales restrictives.

Le GATT fut créé à sa place comme une «solution temporaire», laissant ainsi les activités du commerce international en dehors du cadre des Nations Unies. Ses activités étaient régies par des règles strictes sur le plan commercial, mais silencieuses en matière de droit du travail.

1964 a vu la création de la Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement - CNUCED -, dont la principale finalité était d'instaurer des relations commerciales plus équitables entre le Nord et le Sud et de favoriser les échanges Sud-Sud, en bref de concilier commerce international et développement.

De plus, en 1974, le Conseil économique et social des Nations Unies, ECOSOC, créait à la fois le Centre des sociétés transnationales et la Commission sur les sociétés transnationales dans le but d'élaborer une série de recommandations qui, prises ensemble, représenteraient la base d'un code de conduite pour les sociétés transnationales.

A la même époque, en décembre 1974, les Nations Unies adoptaient la Charte des droits et des devoirs économiques des Etats, qui stipule, dans son préambule, qu'elle *devrait constituer un instrument efficace en vue de la mise en place d'un nouveau système international de relations économiques.*(Arnaud, Garans, 2006, P 65).

Toutefois, les sociétés transnationales ne l'entendaient pas de cette oreille et ont répliqué rapidement. Ces sociétés ont pénétré le système des Nations Unies, en coopérant de façon institutionnalisée avec la FAO et le PNUD et en participant dans les délégations gouvernementales qui avaient lieu. De la sorte, elles défendaient leurs intérêts, d'ailleurs diamétralement opposés à ceux des pays du Sud.

La quasi-totalité des sociétés transnationales avaient leur siège dans les pays industrialisés et les trois quarts des activités commerciales et d'investissement s'opéraient dans la zone OCDE.

Néanmoins, comme les pays industrialisés se trouvaient en situation minoritaire aux Nations Unies, ils décidèrent de définir leur propre politique vis-à-vis des sociétés transnationales dans le cadre de l'OCDE. En effet, ils n'acceptaient pas un code contraignant

et adoptèrent en juin 1976, les «*Principes directeurs concernant l'investissement international et les entreprises multinationales*».(Aglietta, Rebérioux, 2004, P.37).

Ce qui s'est passé à l'OCDE eut une influence déterminante à l'OIT (Organisation internationale du travail). Lors de la «Réunion consultative tripartite sur les relations entre les entreprises multinationales et la politique sociale» (réunion d'experts) qui s'est tenue, dans un premier temps, en mai 1976, et qui concluait à la nécessité d'élaborer une Déclaration de principes tripartite de l'OIT concernant les entreprises multinationales et la politique sociale.

«Le consensus de l'OCDE fut imposé à l'OIT par la délégation américaine (employeurs, travailleurs et gouvernements réunis)»¹. En effet, c'est en avril 1977, lors de la session de la Réunion consultative tripartite, que fut adoptée la *Déclaration de principes sur les multinationales et la politique sociale*.

En parallèle, émergent des réflexions menées par les milieux écologistes sur le thème de l'éco développement, notamment à l'occasion de la conférence de Stockholm en 1972, qui préconisait une meilleure prise en compte des considérations environnementales dans le développement.

Cette conférence fut la première d'une longue série de conférences axées sur l'environnement dont la plus significative fut celle tenue à Rio de Janeiro en 1992 et qui a mis sur la scène mondiale la notion de *Développement Durable* qui vise à concilier développement économique, protection de l'environnement et équité sociale. (Bodet, Lamarche, 2006, P.25).

2. L'émergence d'une demande sociale adressée aux entreprises

Une demande sociale croissante est adressée aux entreprises, dans le sens d'une plus grande responsabilité attendue de leurs pratiques, sur le plan environnemental notamment, mais aussi sur le plan des droits de l'homme, du respect du salarié, etc. L'opinion publique exerce une pression grandissante sur les entreprises, qui sont obligées d'en tenir compte, pour ne pas risquer de voir leurs produits mis à l'index, en allant même à revoir leurs méthodes de production et en intégrant la notion d'éthique dans la vie de l'entreprise, à travers la prise en compte des enjeux sociétaux et environnementaux. Ainsi les critères éthiques deviennent de plus en plus des éléments de différenciation des produits et d'arbitrage des consommateurs.

En tenant compte des exigences citées ci-dessus, un code de responsabilité sociale des entreprises est né.

3. La RSE et les parties prenantes

Selon la Commission européenne, la responsabilité sociale des entreprises (RSE) est un concept qui désigne l'intégration volontaire par les entreprises, de préoccupations sociales et environnementales à leur activité commerciale et leur relation avec les parties prenantes. Les entreprises ont un comportement socialement responsable lorsqu'elles vont au-delà des exigences légales minimales et des obligations imposées par les conventions collectives pour répondre à des besoins sociétaux (Bardelli, 2006, P.38). La RSE permet aux entreprises quelque soit leur taille de contribuer à concilier les ambitions économiques, sociales et environnementale en coopération avec leur partenaires.

Cette responsabilité s'exprime vis-à-vis des salariés et, plus généralement, de toutes les parties prenantes (stakeholders) (Baron, 2001, P.35) qui sont concernées par l'entreprise mais qui veulent, à leur tour, influencer sur sa réussite.

Pour d'autres, la responsabilité sociale de l'entreprise implique de «tenir compte des conséquences des activités des sociétés anonymes sur l'être humain, la société et

¹ - Fonteneau G., A propos de la responsabilité sociale des entreprises, mars 2003, P48.

l'environnement, en particulier grâce à l'entretien par l'entreprise de relations loyales et équitables avec tous ses partenaires: actionnaires, autres bailleurs de fonds, employés, syndicats, fournisseurs, clients, concurrents, collectivités publiques et toutes les personnes ou collectivités touchées par les activités de l'entreprise» (Berger, Douce, 2007, P.58).

Précisons tout de même que la notion de responsabilité sociale des entreprises est aussi ancienne que les entreprises elles-mêmes. Elle portait simplement d'autres noms à d'autres époques : paternalisme, œuvres de charité ou encore éthique.

4. Le Développement Durable

Le développement durable est une expression qui est apparue à la suite du Rapport de la Commission Mondiale sur l'Environnement et le Développement (CMED) intitulé rapport Brundtland en 1987 et qui définit le développement durable comme : *"la capacité des générations présentes à satisfaire leurs besoins sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire les leurs"* (Berger, Douce, 2007, P.63).

En 1970, la société venait de traverser plusieurs décennies de forte industrialisation et les impacts négatifs sur l'environnement se faisaient sentir de façon accrue. La nature se dégradait, les écarts entre les riches et les pauvres ne faisaient que s'accroître. L'Homme se rendait à l'évidence qu'il devait trouver une nouvelle façon de fonctionner permettant un meilleur équilibre entre lui et son milieu.

A l'issue de la conférence de Rio de Janeiro de 1992, les représentants de 150 pays ont adopté un programme visant à concilier développement économique, protection de l'environnement et équité sociale. Aussi, la démarche du développement durable doit s'appuyer sur trois types d'objectifs (Bardelli, 2006, P58) :

- la performance économique à long terme
- la performance sociétale,
- la performance environnementale

Les préoccupations relatives au développement durable tendent à être de plus en plus prises en compte par les entreprises, pour lesquelles elles ne représentent pas uniquement des contraintes supplémentaires mais aussi de nouvelles opportunités, voire de nouveaux métiers (Berger, Douce, 2007, P.163). Elles peuvent intégrer à différents niveaux et de différentes manières le management, dans le domaine :

- financier, par l'investissement socialement responsable
- marketing, à travers le cause-related marketing
- ressources humaines, aménagement / réduction de la durée de travail, implication des salariés
- communication, en élaborant des thématiques favorables à l'image de l'entreprise
- stratégie, le développement durable comme facteur d'innovation et de différenciation
- gouvernance d'entreprise, en tenant compte des attentes de l'ensemble des parties prenantes.

5. La prise en compte du développement durable dans la stratégie de l'entreprise

La notion de développement durable, tient en deux conceptions assez différentes et qui font l'objet d'intéressants débats.

La première conception est centrée sur la dimension économique : la démarche du développement durable vise le développement économique à long terme de l'entreprise, l'innovation au sens classique du terme et la réduction des risques externes qui viendraient contrarier cette perspective. Pour la seconde conception, en revanche, la démarche du

développement durable consiste à rechercher la pérennité de l'entreprise tout en apportant un plus value sociétale ou environnementale.

Ces deux conceptions, au demeurant, ne semblent pas irréconciliables, elles renvoient plutôt à la capacité des dirigeants de chaque entreprise à élargir leurs deux visions et le périmètre de leur rationalité (Bonneveux, Saulquin 2009, P.181).

5. RSE et le développement durable : une opportunité stratégique

L'exercice par les entreprises de leur responsabilité sociale et environnementale peut revêtir des formes différentes (Bonneveux, Saulquin 2009, P.183) :

- Favoriser l'emploi, par une gestion prévisionnelle accompagnée d'actions préventives visant à développer l'employabilité par l'embauche de jeunes, par l'accueil des chômeurs de longue durée dans le but de les réinsérer ;
- Réduire le temps de travail ;
- Gérer en tenant compte des conséquences sur l'environnement socio-économique et l'ensemble des parties prenantes.
- Contribuer à la vie des cités et quartiers défavorisés par le sponsoring des manifestations culturelles et sportives, ou la création d'une fondation d'entreprise.
- Favoriser la création d'emplois externes par le soutien au développement local ;
- Recourir à des entreprises d'insertion pour la sous-traitance de certaines tâches ;
- Mettre en place des partenariats avec des associations, s'impliquer dans la vie communautaire.
- Recycler les produits usagés, limiter la consommation d'énergie.

6. La composante financière de la RSE : L'Investissement Socialement Responsable (ISR)

L'investissement socialement responsable (ISR) est un investissement individuel ou collectif effectué selon des critères sociaux, environnementaux, éthiques et de gouvernance d'entreprise sans occulter la performance financière.

Pour certains, l'ISR est même « la déclinaison financière et spéculative du développement durable » (Bardelli, 2006, P.41).

Autrement dit, l'investissement socialement responsable se définit comme la composante financière du concept de développement durable par lequel l'investisseur, au lieu de s'intéresser limitativement aux critères financiers - rentabilité et risque - utilise également dans sa décision d'investissement des critères extra-financiers ; en l'occurrence les évaluations des engagements, des politiques mises en oeuvre et les performances de l'entreprise dans les domaines sociaux, environnementaux et de gouvernance, liés à ses activités. A partir de l'exploitation des informations communiquées par l'entreprise ou par d'autres parties prenantes (les ONG, les syndicats, les médias, etc...), l'analyse extra-financière appréhende le niveau de prise en compte des impacts extra-financiers -sociaux, environnementaux et de gouvernance- de l'activité économique d'une entreprise.

L'ISR peut prendre 3 formes principales (Berger -Douce 2011, P.65) :

- les fonds socialement responsables ou de développement durable : ils intègrent des critères sociaux et environnementaux d'évaluation d'une entreprise cotée qui sont croisés avec des critères financiers pour sélectionner les compagnies les plus performantes d'un point de vue développement durable.

- les fonds d'exclusion : plus répandus dans les pays anglo-saxons, ils excluent, pour des raisons morales ou religieuses, certains secteurs comme l'armement, le jeu, le tabac...

- l'engagement actionnarial : il consiste, pour les investisseurs, à exiger des entreprises une politique de responsabilité sociale plus forte par un dialogue direct, mais aussi par l'exercice des droits de vote en assemblées générales.

Le terme de placements éthiques est couramment utilisé pour désigner ces différentes approches. Il s'applique aussi à une autre catégorie de produits financiers : les fonds de partage et les produits financiers solidaires. Les premiers consistent à rétrocéder une part des bénéfices générés par le fonds à des associations caritatives ou des ONG, les seconds sont des produits d'épargne destinés à financer des projets d'économie solidaire.

Motivation des investisseurs

L'Investissement Socialement Responsable se développe parce qu'un certain nombre de financiers ont acquis la conviction que la prise en compte de critères sociaux et environnementaux permet de mieux identifier les sociétés performantes, à moyen et long terme.

Enjeux et perspectives

Si l'ISR représente encore une part modeste des encours, il imprègne progressivement l'ensemble de la gestion financière. Des critères comme le gouvernement d'entreprise ou la gestion du risque environnemental, sont aujourd'hui couramment utilisés par la communauté financière. Même si l'ISR reste un domaine spécifique, il fait évoluer l'analyse financière.

Le risque est de voir se creuser l'écart entre les multinationales cotées, fortement incitées à adopter une politique de responsabilité sociale, et des entreprises non cotées et des PME peinant à intégrer cette dimension alors que leurs poids économique est déterminant.

7. Consommateur Responsable

Un nombre croissant de consommateurs tend à devenir davantage acteurs de leurs pratiques de consommation et à leur donner du sens, plutôt que de se conformer passivement à des choix qui leur ont été imposés, d'une façon ou d'une autre.

La consommation responsable, ou « consom'action » est un néologisme qui exprime cette idée selon laquelle on peut "voter avec son caddie" en choisissant à qui l'on donne son argent, en choisissant de consommer de façon citoyenne et non plus seulement de manière consumériste (Baudrillard 1970, P.85).

Les actes de consommation quotidiens, loin d'être anodins, infléchissent les modes de production. Voter, consommer : la différence n'est pas si grande. En votant, les citoyens donnent le pouvoir à des personnes qui expriment des idées en accord avec les leurs. Celles qui devraient permettre de bâtir un monde juste, éthique et équitable. En consommant, c'est tout comme, car choisir des produits et des services qui portent certaines valeurs permet d'infléchir le monde dans lequel on vit. Et en l'absence de vote efficace, les citoyens utilisent alors leur seul autre moyen d'exercer un contre-pouvoir : leur pouvoir d'achat. En réfléchissant avant de brandir son porte monnaie, le consommateur entre dans le rang des consom'acteurs, dont la communauté s'élargit à grand pas.¹

La consommation responsable s'inscrit dans la prise de conscience croissante des effets de la consommation sur l'environnement du consommateur et du rôle que ce dernier peut désormais jouer, par ses décisions et comportements de consommation, sur l'inflexion de ces effets. Depuis les travaux séminaux de Webster en 1975, le consommateur responsable se définit de façon relativement consensuelle comme un consommateur « qui achète des biens ou des services qu'il perçoit comme ayant un impact positif (ou moins mauvais) sur son environnement et qui utilise son pouvoir d'achat pour exprimer ses préoccupations sociales » ou environnementales. La consommation responsable introduit à la fois une préoccupation

¹ - Holt D. B. (1995), How consumers consume: A typology of consumption practices, Journal of Consumer Research, 22, 1-16.

pour des conséquences d'ordre supraindividuel (Baudrillard, 1970, P.92), et d'autre part la prise en considération d'une perspective de long terme par le consommateur. Elle fait intervenir une dimension morale et éthique dans le fait de consommer et introduit les valeurs personnelles et les normes dans la compréhension du processus de décision du consommateur.

8. Le processus de décision du consommateur responsable

En dépit d'une sensibilité grandissante à l'égard de la consommation responsable et d'une attitude positive envers les comportements responsables, les effets réels observés sur les comportements de consommation sont plus limités. L'étude du processus de décision et de l'influence des attitudes sur les intentions et les comportements responsables ont été largement discutés depuis les modèles séminaux de la littérature en marketing. La mise en parallèle des attitudes et intentions déclarées d'une part, et des pratiques et comportements effectifs de consommation d'autre part, dans un cadre générique et temporellement indéterminé, laisse percevoir une contradiction dont les raisons profondes restent à éclaircir. Certains freins ont été évoqués pour expliquer ce « attitude-behaviour gap ». L'un des premiers est le surcoût associé à la consommation responsable, les consommateurs résolvant leurs contradictions en évoquant la nécessité dans laquelle ils se trouvent de défendre leur pouvoir d'achat. Cette contrainte économique est une première justification de leurs comportements dissonants. Un autre frein mis en lumière dans la littérature réside dans l'imperfection de l'information dont dispose le consommateur à l'égard de la consommation responsable. L'information peut être incomplète : les consommateurs ne parviennent alors pas à distinguer les produits et les marques responsables de ceux qui ne le sont pas (Bardelli, 2011, P.42), ou ne comprennent pas, ni ne peuvent évaluer par eux-mêmes, le caractère responsable en raison de la méconnaissance de conditions de production responsable souvent complexes et multifactorielles. L'information peut également s'avérer peu crédible, et le consommateur être alors sceptique à l'égard d'une source, souvent l'entreprise productrice elle-même, et de ses messages, qu'il met en doute au vu de motivations perçues comme uniquement marchandes (Baron, 2008, P.35). Toutefois, ces justifications externes que sont le surpris déclaré ou le manque d'une information juste n'expliquent pas à elles seules la faiblesse conative des attitudes « responsables » (Berger-Douce, 2007, P.65). La théorie des attitudes explicites et implicites montre comment les attitudes explicites, exprimées et mesurées de façon directe et délibérée (Bonneveux, Saulquin, 2009, P.181), et empreinte notamment du poids des normes, peuvent se distinguer d'une dimension implicite, reposant sur des associations latentes ou inconscientes, mais avec des effets tout autant déterminants sur les intentions et les comportements (Holt, 1995, P.9).

9. Conclusion

Les entreprises et leurs parties prenantes sont des acteurs clés dans la réalisation des objectifs de promotion de la croissance, de l'emploi et du développement durable. C'est un fait que nous assistons au développement d'un nombre croissant d'initiatives de responsabilité sociale des entreprises (RSE).

La prise de conscience des enjeux de la RSE et sa mise en pratique ont considérablement progressé ces dernières années, notamment en raison des actions soutenues par les différentes commissions internationales. Il faut toutefois bien reconnaître qu'il reste du progrès à faire dans la mise en oeuvre et l'intégration stratégique de la RSE par les entreprises.

Il est vrai que les entreprises s'engagent dans des démarches de RSE parce qu'elles en perçoivent l'intérêt économique, c'est aussi en réponse aux demandes et attentes des acteurs du marché, notamment les consommateurs.

Les parties prenantes, à savoir les salariés, les consommateurs, les investisseurs, les médias et les citoyens en général, ont un rôle important à jouer lorsqu'il s'agit d'amener des entreprises à adopter la RSE. Il conviendrait de sensibiliser les parties prenantes à leur propre responsabilité sociale et aux possibilités qu'elles ont d'influencer le comportement des entreprises par les décisions qu'elles prennent en tant que salariés, consommateurs, investisseurs, etc, mais aussi sensibiliser les citoyens à la notion de RSE, de les rendre attentifs à l'incidence sociale de leurs décisions, de les aider à apprendre à trouver et à utiliser des informations sur l'incidence sociale et environnementale des produits et services.

Bibliographie

1. **Bodet C, Lamarche T., (2008)**, « *La Responsabilité sociale des entreprises comme innovation institutionnelle. Une lecture régulationniste* ». URL : <https://journals.openedition.org/regulation/1283#authors>. (Consulté le 7/12/2021)
2. **Wiedemann-Goiran T., Perier F., Lépineux F. (2003)**, « *Développent durable et gouvernement d'entreprise : un dialogue prometteur* », Editions d'Organisation, Paris.
3. **Aglietta, M. et Rebérioux, A., (2004)**, *Dérives du capitalisme financier*, Albin Michel, Paris.
4. **Gérard Fonteneau (2003)**, « *A propos de la responsabilité sociale des entreprises* ».
5. **Bodet, C. et Lamarche, T., (2006)**, "*Le Bilan Sociétal : un processus participatif multi parties prenantes pour la responsabilité sociale des entreprises*", Septentrion, Lille.Commission européenne.
6. **Bodet, C., Malandain, E. et Vidal, E., (2006)**, *Codes de conduite vs accords cadres internationaux (ACI) : Un enjeu de renouvellement du syndicalisme international*, Conférence RIODD.
7. **Philippe Arnaud et Anne Garans (2006)**, *Lancement des principes pour des investissements responsables*, Organisation des Nations unies, Environnement et technique, n° 257, juin 2006, p. 59-60
8. **Bardelli, P., (2006)**, "*La Responsabilité Sociale des Entreprises, argument de régulation post-fordienne et/ou support de micro-régularités*", *Les cahiers de la Chaire-collection recherche* 01-2006, 38-48.
9. **Baron D. (2001)**, « *Private Politics, Corporate Social Responsibility and Integrated Strategy* », *Journal of Economics & Management Strategy*, Vol. 10, p. 7-45.
10. **Berger -Douce S. (2007)**, « *Les stratégies d'engagement sociétal des entrepreneurs* », *Revue de l'Entrepreneuriat*, Vol. 6(1), p. 53-71.
11. **Berger -Douce S. (2011)**, « *Le développement durable, un levier d'innovation pour les PME ?* », *Revue Française de Gestion*, Vol. 6(215), p. 147-166.
12. **Bonneveux E., Saulquin J.-Y. (2009)**, « *L'appropriation de la RSE par les dirigeants de PME. Le réseau comme vecteur de l'apprentissage managérial* », *Management & Avenir*, Vol. 3(23), p. 170-186.
13. **Baudrillard J. (1970)**, « *La Société de consommation* », ed. Gallimard, Paris.
14. **Holt D. B. (1995)**, "*How consumers consume: A typology of consumption practices*", *Journal of Consumer Research*, 22, 1-16.