

RÉPUBLIQUE DU CAMEROUN
Paix-Travail-Patrie

UNIVERSITÉ DE YAOUNDE I

ÉCOLE NORMALE SUPÉRIEURE
D'ENSEIGNEMENT TECHNIQUE

BP. 886 EBOLOWA

DÉPARTEMENT DE
L'INNOVATION, DES TECHNIQUES
COMMERCIALES ET DE
L'INDUSTRIALISATION



REPUBLIC OF CAMEROON
Peace-Work-Fatherland

UNIVERSITY OF YAOUNDE I

HIGHER TECHNICAL
TEACHER'S
TRAINING COLLEGE

P.O BOX : 886 EBOLOWA

DEPARTMENT OF
INNOVATION, COMMERCIAL
TECHNIQUES AND
INDUSTRIALIZATION

**RESPONSABILITE SOCIALE DES ENTREPRISES ET
CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DANS LES PME
DE LA VILLE DE YAOUNDE**

Mémoire présenté en vue de l'obtention du Diplôme de Professeur de l'Enseignement
Technique de 2^{ème} Grade (DIPET II)

Option : Gestion Financière et Comptable

Rédigé et soutenu par :

TETSOPLO NANKENG Doriane Amanda

Matricule 19W1151

Sous la Supervision de :

Dr. EWODO MEKA Roland

Chargé de cours à l'université de Yaoundé II



ANNEE ACADEMIQUE :

2020 - 2021

AVERTISSEMENTS

ENSET n'entend donner aucune caution aux propos exprimés dans ce mémoire. Ils sont de la seule responsabilité de son auteur

SOMMAIRE

AVERTISSEMENTS.....	i
DEDICACE	iv
REMERCIEMENTS	v
LISTE DES TABLEAUX.....	vi
LISTE DES FIGURES ET GRAPHIQUES.....	vii
LISTE DES ABREVIATIONS	viii
RESUME	ix
INTRODUCTION GENERALE.....	1
PREMIERE PARTIE :CADRE THEORIQUE DE LA ESPONSABILITE SOCIALE DES ENTREPRISES ET DE LA CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DANS LES PME DE LA VILLE DE YAOUNDE	6
CHAPITRE I :SECTION I- HISTORIQUES ET LES PRINCIPALES PERCEPTIONS DE LA RESPONSABILITE SOCIALE DE L'ENTREPRISE.	7
SECTION II. REVUE DE LA LITTERATURE AUTOUR DU CONCEPT DE CREATION DE VALEUR DANS LES PME.	21
CHAPITRE II :RELATION THEORIQUEENTRE LA RSE ET LA CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DANS LES PME	26
SECTION I : FONDEMENTS THEORIQUES DE LA RELATION ENTRE LA RSE ET LA CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DES PME	26
SECTION II : ANALYSE THEORIQUE DE L'IMPACTDE LA RSE ET LA CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DANS LES PME	32
DEUXIEME PARTIE :EVALUATION EMPIRIQUE DE L'IMPACT DE LA RSE SUR LA CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DANS LES PME DE LA VILLE DE YAOUNDE	42
CHAPITRE III :PRESENTATION DU CADRE D'ETUDE ET APPROCHE METHODOLOGIQUE	43
SECTION I : PRESENTATION DU CADRE D'ETUDE DES PME.....	43
SECTION II : METHODES D'ANALYSE.....	48
CHAPITRE IV :SECTION I : CONNAISSANCE SUR LA RSE ET PROCESSUS SOCIAL.	54
SECTION 2 : LIEN ENTRE RSE ET CREATION DE LA VALEUR.	60
CONCLUSION GENERALE.....	65
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	67
ANNEXES.....	74

DEDICACE

A ma famille

REMERCIEMENTS

Ce mémoire est l'aboutissement de nombreux efforts et de plusieurs sacrifices consentis par une pléthore de personnes qui se sont illustrées par leurs aides et conseils. Il est de notre devoir de rendre hommage à toutes ces personnes qui ont contribué à la réalisation de ce travail, notamment :

A mon Directeur de mémoire **Dr. EWODO MEKA** qui a accepté de nous encadrer

Au **Dr. ASSIGA Marie Fabien Bertrand** chargé de cours à la faculté des sciences économiques et de gestion (FSEG) de l'université de Yaoundé II pour sa rigueur et sa disponibilité dans l'encadrement et le suivi de ce travail ;

Au **Pr. Salomé NDJAKOMO ESSIANE** : Directeur de l'Ecole Normale Supérieure d'Enseignement Technique de l'Université de Yaoundé I à Ebolowa qui ne lésine pas sur la volonté de nous accompagner dans l'octroi d'une formation de qualité ;

A **Dr. SAMBA Michel Cyrille** notre chef de département ;

A tous mes enseignants de l'ENSET en particulier ceux de la spécialité Gestion Financière et Comptable qui ont su nous donner avec professionnalisme et bravoure un enseignement adéquat, car leurs enseignements nous ont permis de mener à bien ce travail ;

A tous mes camarades de promotion, cinquième et troisième année, pour leur sens de partage des informations nécessaires pour le bon déroulement de ce travail ;

A mon fiancé monsieur **MAYA Mathurin** pour son soutien financier, moral et ses multiples conseils ;

A mes enfants **MAYA Chloé** et **MAYA Célia** pour leurs encouragements.

Nos remerciements vont également à l'endroit de tous ceux qui de près ou de loin ont contribué chacun à sa manière à l'élaboration du présent mémoire en vue de l'obtention du Diplôme de Professeur d'Enseignement Technique grade 2 (DIPET 2).

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : les différentes définitions	13
Tableau 2 : niveaux et nature des responsabilités sociales de l'entreprise	16
Tableau 3 : les mesures de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise	20
Tableau 4 : Typologie des PME camerounaises.....	44
Tableau 5 : Critères utilisés par le MINPMEESA pour définir la PME.....	45
Tableau 6 Action menée dans une perspective RSE.	55
Tableau 7 contribution de l'entreprise a la résolution des problèmes.....	55
Tableau 8 estimation des montants alloués aux actions sociales.....	56
Tableau 9 Provenance des fonds a alloués aux actions sociales.....	56
Tableau 10 mobile de la pratique de la RSE par la structure.	57
Tableau 11 RSE et accroissement des ventes.....	57
Tableau 12 RSE et image citoyenne de l'entreprise.	58
Tableau 13 RSE et accroissement des bénéfices.	58
Tableau 14 Pratique de la RSE et obtention de meilleurs contrats.....	59
Tableau 15 Retour sur investissement.....	59
Tableau 16 Connaissance de la performance sociale	60
Tableau 17 Actions menée et performance sociale.	60
Tableau 18 Pratique de la RSE et amélioration des ventes.	61
Tableau 19 Pratique de la RSE et amélioration des bénéfices.	61
Tableau 20 Pratique de la RSE et amélioration de l'image.....	61
Tableau 21 Pratique de la RSE et amélioration des contrats.....	62
Tableau 22 Pratique de la RSE et amélioration et retour sur investissement.....	62

LISTE DES FIGURES ET GRAPHIQUES

Figure 1 Tranche d'âge.....	51
Figure 2 Sexe du répondant.....	51
Figure 3 Diplôme des répondants.....	52
Figure 4 : statut matrimonial.....	52
Figure 5 Branche d'activité.....	53

LISTE DES ABREVIATIONS

ACP	: Analyse en Composantes Principales
ANOVA	: Analyse Of Variance / Analyse de la Variance
APE	: Accord de Partenariat Economique
GE	: Grande Entreprise
INS	: Institut Nationale de la Statistique
ME	: Moyenne Entreprise
PE	: Petite Entreprise
PIB	: Produit Intérieur Bru
PME	: Petites et Moyennes Entreprises
PP	: Partie Prenante
RSE	: Responsabilité Sociale des Entreprises
SPSS	: Statistical Package for Social Sciences
TPE	: Très Petite Entreprise
UE	: Union Européenne

RESUME

Le but de notre travail de recherche est de montrer que la crédibilité RSE influence la création de la valeur comptable. Pour y parvenir, nous avons posé la question de savoir si la crédibilité qu'on peut accorder à la RSE peut avoir un effet sur la création de la valeur comptable dans une entreprise. Un diagnostic via questionnaire a été fait aux PME de la ville de Yaoundé pour mesurer la pratique de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise au sein de ces PME. Nous sommes arrivés aux résultats que la mise en œuvre de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise par les PME de la ville de Yaoundé reste encore très lacunaire. Toutefois, plusieurs recommandations ont été faites à l'instar d'une politique du bien-être des employés. Le bien être des salariés permet une meilleure productivité de ceux-ci donc de meilleurs résultats pour l'entreprise. En effet, si les PME améliorent leur politique RSE par la mise en place d'une politique du suivi du bien-être des employés, cela permettrait un meilleur épanouissement de ces derniers, qui en retour s'investiront encore plus à tâche et permettront ainsi à l'entreprise de faire de bon résultats et d'être économiquement viable.

Mots clés : Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE), Petites et Moyennes Entreprises (PME)

ABSTRACT

The objective of our research is to show that CSR credibility influences accounting value creation. To achieve this, we asked the question of whether the credibility that can be given to CSR can have an effect on the creation of accounting value in a company. A diagnosis via questionnaire was made to SMEs in the city of Yaoundé to measure the practice of Corporate Social Responsibility within these SMEs. We arrived at the results that the implementation of Corporate Social Responsibility by SMEs in the city of Yaoundé is still very incomplete. However, several recommendations were made, such as a policy of employee well-being. The well-being of employees allows for better productivity and therefore better results for the company. Indeed, if SMEs improve their CSR policy by implementing a policy of monitoring the well-being of their employees, this would allow for a better development of the latter, who in return will invest themselves even more in their work and thus allow the company to achieve good results and be economically viable.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Small and Medium Enterprises (SMEs)

INTRODUCTION GENERALE

Contexte et justifications

Le cadre d'élaboration et l'analyse des politiques économiques a connu de nombreuses mutations au Cameroun et ailleurs. Depuis les résultats mitigés des programmes et politiques macroéconomiques et structurels, en faveur de l'emploi et de la croissance sous l'égide des Nations unies, des réflexions furent engagées par la communauté internationale pour préconiser de nouvelles approches participatives pour réaliser les objectifs du millénaire.

La RSE, très vite elle est devenue un sujet d'étude pour les chercheurs (Aguinis et Glavas 2012). Les conclusions ont alors été élaborées pour dire que la RSE, par ses initiatives et prise en compte des exigences des parties prenantes pouvaient apporter un avantage comparatif, significatif sur le marché (Porter et Kramer 2011), et influencer les comportements des parties prenantes (Barnet 2007). D'un autre point de vue de recherche tel que celle de Magraliss, Efelbein et Walsh en 2008 ont démontré que la RSE avait un impact faible mais positif sur, la performance financière de l'entreprise. Dans les débats économiques, sociaux et politiques actuel un thème est omniprésent le développement durable. Le partage des ressources, le respect de l'environnement, le principe de précaution et le respect des droits de l'homme sont au cœur des préoccupations en ce début du 21^e siècle. De plus en plus des grands groupes s'engagent à concilier citoyenneté et efficacité économique.

Au niveau de la comptabilité si l'on s'en tient à Fayol 1916, l'entreprise est faite de six fonctions parmi lesquelles la fonction comptable qui est chargée de la prévision et du contrôle. Par ailleurs, elle permet le traitement de l'information relatif aux activités de l'entreprise. En ce sens, elle a aussi fait l'objet d'étude comme toutes les autres fonctions de l'entreprise (approvisionnement, ressources humaines, distribution) donc le but est de trouver comment allier ses pratiques avec celles de la RSE.

Si le développement est plus souvent considéré par les entreprises comme une contrainte financière que comme une source de profit, les plus vertueuses démontrent qu'en dépensant mieux, on peut gagner plus (Rosé 2016). La problématique de conciliation entre croissance et préservation de l'environnement, assure le bien être des générations présente sans compromettre l'avenir de celle du futur devient une équation délicate mais possible.

Aujourd'hui, l'entreprise ne peut plus se limiter à assurer la rentabilité. Elle doit aussi tenir compte des impacts environnementaux et sociaux de leur activité (O.C. des francs 2008) qui se traduisent par la responsabilité des consommateurs, les préoccupations sociales et les requêtes des groupes de pression sont autant de raisons pour les entreprises de se préoccuper de leur responsabilité sociale et environnementale. Ainsi pour pouvoir à la demande et aux pressions des différentes parties prenantes (actionnaires, employés, consommateurs, ONG) ; les autorités et des acteurs privés ont mis en place des moyens permettant de répondre à ses besoins au cours des dernières années. On a vu apparaître des codes de conduite des agences de notation extra financière, la loi sur les nouvelles régularisations économique (NRE) les normes du global reporting initiative (GRI) la norme IS 26 000 qui s'intitule ligne directrice relative à la responsabilité sociétale et qui a pour objet de définir et de clarifier le concept de responsabilité social et de le rendre applicable à tout type d'organisation (entreprise, collectivité territoriale, syndicat, association...).

Elle repose sur deux fondamentaux qui sont d'une part, la volonté de l'organisation d'assumer la responsabilité des impacts de ses activités et de ses décisions sur l'environnement et la société et, d'autre part d'en rendre compte au public à travers divers types de décision. C'est suivant cette vision que l'on peut légiférer le cadre dans lequel doit exercer le comptable dans l'entreprise aujourd'hui. Les déterminants matériels et immatériels sont inéluctablement à prendre en compte dans la perspective d'une création de la valeur et dans la performance structurelle de l'organisation. C'est ainsi qu'il devient intéressant aujourd'hui, de s'appesantir sur les paramètres et autres facteurs qui permettent de booster les potentialités d'action dans les entreprises dans un environnement socialement responsable et nécessaire au rapport, entre les actions menées et la performance qui en constitue le baromètre d'évaluation qui n'est pas la chose la mieux partagée.

Ce travail de recherche se veut donc réflexive sur un phénomène, un mouvement appréhendable dans cette trajectoire et son évolution sur le développement de l'entreprise. Il s'agit donc d'interroger l'influence de la RSE dans la création de la valeur comptable tout en se proposant d'émettre quelques suggestions pour améliorer les pesanteurs qui en sont afférentes.

Problématique

L'engouement des PME camerounaise, pour la diffusion de la démarche RSE est mise en place de façon totalement volontaire même si les pratiques RSE sont encore à ses début mais elle évolue rapidement parce que devenue dans un très grand nombre de PME une mission dans le but d'améliorer la crédibilité et la transparence de l'information sociale et environnementale.

De ce constat, de prise en compte volontaire, plusieurs interrogations ont amorcé les réflexions sur la mise en place des pratiques RSE dans la PME. Quelle crédibilité peut-on accorder à la RSE dans une démarche de création de la valeur comptable dans les PME de la ville de Yaoundé ? De cette interrogation centrale, il en découle deux questions subsidiaires

QS1 : quelles sont les pratiques RSE qui influencent la création de la valeur comptable dans les PME de la ville de Yaoundé ?

Objectif

L'objectif de cette recherche est de montrer que la crédibilité RSE influence la création de la valeur comptable dans les PME de la ville de Yaoundé. De cet objectif principal il en découle deux objectifs subsidiaires :

OS1 : le respect des pratiques RSE crée la valeur comptable dans les PME de la ville de Yaoundé.

OS2 : les pratiques RSE influencent positivement la création de la valeur comptable dans les PME.

Hypothèse

Pour mener à bien notre travail partant de l'objectif central de ce travail, deux hypothèses ont été arrêtées :

H1 : les pratiques RSE influencent la création de la valeur comptable dans les PME de la ville de Yaoundé.

Méthodologie

Afin d'analyser le lien entre la responsabilité sociale des entreprises et la création de la valeur comptable, nous avons appréhendé la problématique en suivant une approche hypothéticodéductive. Vu la qualité de nos résultats et partant des difficultés que nous avons rencontrées pendant la période d'enquête, nous avons opté pour démarche hypothético déductive.

➤ Définition et méthode de sélection de l'échantillon

Notre échantillon est issu d'une population mère qui est constitué de l'ensemble des individus employés par une PME. Pour notre étude nous avons fait le choix de la méthode probabiliste.

➤ Méthode de recueil des données et méthode d'analyse des données.

Un questionnaire de sondage de 18 questions nous a aidés pour recueillir nos données à la suite des recherches documentaires. Dans le cadre de notre étude nous utiliserons les analyses statistiques et les tests de chi² pour discuter des liens. Après le recueil des données nous utiliserons les logiciels CSPRO pour générer la base de données et STATA 14 pour les analyses.

Plan de l'étude

Ce travail de recherche va s'organiser autour de deux grandes parties. Une première partie qui sera consacrée au cadre conceptuel et théorique sur la RSE et la création de la valeur comptable dans les PME de la ville de Yaoundé articulée autour de deux chapitres et une deuxième partie qui sera consacrée aux pratiques RSE et création de la valeur dans les PME de la ville de Yaoundé. Elle comportera aussi deux chapitres.

PREMIERE PARTIE :
CADRE THEORIQUE DE LA RESPONSABILITE SOCIALE DES
ENTREPRISES ET DE LA CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE
DANS LES PME DE LA VILLE DE YAOUNDE

La RSE est devenue ces dernières années l'un des thématiques phares de plusieurs disciplines de la littérature managériale. Cette partie sera consacrée au cadre théorique de la RSE et de la création de la valeur comptable dans les PME de la ville de Yaoundé, elle est composée de deux chapitres dont le premier est intitulé : aspect théorique de la responsabilité sociale de l'entreprise et de la création de la valeur comptable dans les PME de la ville de Yaoundé ayant deux sections qui sont : les principales perceptions de la RSE ; et les théories. Et ensuite, la relation entre la RSE et la création de la valeur comptable dans les PME ; et la relation proprement dite.

CHAPITRE I : **LA RESPONSABILITE SOCIALE DE L'ENTREPRISE ET LA CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DANS LES PME DE LA VILLE DE YAOUNDE**

Depuis plusieurs années, la RSE apparait sur plusieurs débats qui correspondent à l'intégration pour l'entreprise d'atteindre les objectifs sociaux et environnementaux voire économiques. Pris sur cet angle, on peut dire que le construit RSE apparait comme la concrétisation de l'intégration, de préoccupation et d'éthique dans le domaine de l'entreprise Sartre (2003) ; qui semble être régit par la seule logique de profit. De ce fait, on assiste à une conciliation de l'éthique et de l'économie au sein de l'entreprise d'où les principales perceptions de la RSE.

SECTION I- HISTORIQUES ET LES PRINCIPALES PERCEPTIONS DE LA RESPONSABILITE SOCIALE DE L'ENTREPRISE.

1-1) Historique de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise

« Le développement même du capitalisme a très largement contribué à une extension remarquable du domaine et de la portée de la responsabilité sociale acceptée, et plus particulièrement des responsabilités de l'Etat et de la société civile » Sen (1999). Pourtant, l'engouement que suscitent, depuis quelques temps, les thématiques liées au développement durable tend à faire oublier que cette notion de responsabilité sociale n'est pas récente. Ballet et De Bry (2001) identifient le XIX^{ème} siècle, avec l'essor du paternalisme entrepreneurial, comme l'époque marquant les prémices de la responsabilité sociétale des entreprises.

Au cours du XX^{ème} siècle, l'Etat-providence remplace peu à peu les entreprises dans l'exercice de la protection sociale, gommant les traits les plus saillants du paternalisme. Si aujourd'hui, la notion de responsabilité sociétale empreinte d'une dimension plus stratégique, s'éloignant des considérations moralisatrices du XIX^{ème} siècle, elle reste encore, pour certains auteurs, le fait d'une attitude paternaliste toujours ancrée dans le monde des affaires : « de l'origine humanitaire à nos jours, le paternalisme, sous des formes variées, voire éclatées, à des degrés divers, transparait dans les structures de la société » Ballet et De Bry (2001). La responsabilité sociétale, relais d'un Etat-providence désormais défaillant, s'exerce à travers de nouveaux modes de gestion qui trouvent un aboutissement avec « l'entreprise citoyenne » ou « l'entreprise ».

Plus généralement, il est admis que la responsabilité sociétale des entreprises est une notion évolutive, fortement dépendante des systèmes économiques et sociaux. La conception actuelle de la responsabilité sociétale est, selon Gendron (2006), issue de trois phases importantes qui ont marqué le développement de l'éthique des affaires tout au long du XX^{ième} siècle en Amérique du Nord.

Le début du XX^{ième} siècle, avec la volonté des entreprises américaines de contrer les nombreux mouvements antitrust, qu'ils soient le fait de citoyens ou du gouvernement, marque l'émergence de la notion de responsabilité sociétale.

A partir des années 1960, notamment avec l'essor du fordisme, la notion de responsabilité sociétale évolue et se positionne en se dissociant nettement de considérations morales et philanthropiques qui lui étaient attachées jusqu'alors. Au cours des années 1980, la responsabilité sociétale s'institutionnalise progressivement dans les débats académiques puis dans les discours managériaux. La prise de conscience des instances nationales et internationales, notamment vis-à-vis des enjeux environnementaux, facilite l'institutionnalisme du mouvement.

L'éthique des affaires a ainsi accompagné le développement puis les transformations du capitalisme au cours du XX^{ième} siècle. Toutefois, nous considérons que l'approche de la responsabilité sociétale par l'éthique des affaires ne permet d'appréhender la dimension discrétionnaire de cette notion. En effet, l'éthique des affaires concerne « l'activité des entreprises déclinées, par exemple, en codes d'éthique mais aussi des représentations liées aux conséquences éthique véhiculées par les outils de gestion » Presqueux et Biefnot (2002). Autrement dit, l'éthique est assimilée au respect des réglementations et engagements contractuels. Cette approche est le plus souvent caractéristique de la démarche des entreprises anglo-saxonnes.

Aujourd'hui, ce questionnement social et environnemental est à nouveau d'actualité et s'exprime autour du problème de l'élaboration d'une comptabilité sociale et environnementale, et plus généralement, de l'élaboration d'un bilan social qui permettrait de conceptualiser le dialogue entre l'entreprise et ses parties prenantes Capron (2000). Ces considérations s'inscrivent dans le cadre plus large du débat autour de la définition de la responsabilité des entreprises.

1.1.1 Les principes fondateurs de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise

La responsabilité sociale de l'entreprise semble faire écho à des concepts et notions relativement anciennes.

a) Quelques siècles auparavant

Les premières prescriptions juridiques concernant les règles du commerce apparaissent dès le 6^{ème} siècle avant JC dans l'Orient Ancien. Ainsi, le code d'Hammourabi, 6^{ème} roi de la dynastie sémite de Babylone, édicte des règles concernant les salaires, la durée de travail, et ce dans un souci de logique et d'équité. A travers ce recueil, il pose les premiers principes d'une jurisprudence censée réguler les coutumes locales liées au commerce. Le concept de justice sociale se retrouve ainsi dans les écrits bibliques. Par le récit de l'asservissement du peuple juif par les égyptiens, la bible est l'une des premières sources historiques à poser la notion de combat contre l'injustice. Ce principe issu de la loi mosaïque, s'érige es disposition morale. De nos jours, le principe de justice sociale est avant tout une disposition morale. Plus tard, au IV^{ème} siècle, Saint Augustin dans « La Cité de Dieu », reprend les principes bibliques et affirme que la justice est la pierre d'angle de la société civile. Les philosophes affirment que la justice est la condition d'une vie sociale saine. Ainsi, l'idée de justice sociale évolue vers une assimilation des idées d'égalité et de distribution. Plus près de nous avec la révolution industrielle, un certain nombre de concepts est né autour de révolution industrielle avec des courants tels le paternalisme et le socialisme.

b) Le paternalisme

Le paternalisme n'est pas à proprement parler une doctrine, mais plutôt une forme de management qui résulte précisément de courants de pensée divers réunissant des philosophes, des représentants de l'Etat, des industriels et des ingénieurs. Le paternalisme correspond au capitalisme libéral du premier siècle de la révolution industrielle. L'Etat n'intervient guère et laisse jouer la « main invisible » du marché. L'entreprise paternaliste assume alors des tâches régulation que l'Etat ne veut pas prendre en charge. De la seconde moitié du XIX^{ème} au milieu du XX^{ème} siècle, le paternalisme a largement imprégné l'industrie européenne et constate que la nécessaire liberté du chef d'entreprise produit des inégalités qui menacent les fondements de la société. La liberté dans la gestion doit donc s'accompagner d'une

responsabilité sociale. Des hommes s'engagent dans cette voie, tels que M. Delssert-inventeur des Caisses d'Épargne ou M-Gerando-éthnologue et haut fonctionnaire, qui seront les promoteurs des premières formes de protection sociale, des écoles techniques, des logements ouvriers. Bref, de ce deviendra le paternalisme. Au-delà des motivations généreuses et altruistes qui ont animé, à l'origine, le comportement de certains patrons le sens et les objectifs de ce mouvement d'idées ont rapidement évolué. Il devient un instrument de neutralisation de la lutte des classes au sein de l'entreprise et de garantie de la stabilité sociale. Le patronat paternaliste veut mettre en place une collaboration de classe, concilier la logique du profit et l'amélioration de la condition matérielle et morale des ouvriers. Il a également une visée gestionnaire. Il s'agit d'attirer et de conserver la main d'œuvre, mais aussi de former des ouvriers capables d'assurer une bonne productivité.

L'enjeu social et sociétal constitue un autre ressort important. Le logement doit contribuer structurer la cellule familiale. Allant au-delà du versement d'un salaire, les paternalistes s'estiment responsables des conditions globales de vie de leur personnel (habitat, éducation, vie familiale), toutes choses que l'on retrouve dans bon nombre d'entreprises actuellement. Si ce mouvement s'est largement effacé du paysage industriel au cours du XX^{ième} siècle, il a été l'un des traits caractéristiques du management à la française. Le paternalisme, aujourd'hui négativement connoté, pourrait apparaître comme un mode de gestion aux antipodes de la RSE. Pourtant, l'efficacité de l'entreprise paternaliste repose sur une association de l'économie, du social et du sociétal, mais aussi sur l'affirmation d'une responsabilité moral du patron vis-à-vis de ses salariés, de leurs proches et même de la société.

c) Le socialisme

Evoquant une notion chère aux socialistes de l'époque, la notion de communauté. Bon nombre d'école du socialisme primitif virent dans la communauté le cadre d'expérimentation d'une vie idéale fondée sur un égalitarisme social. Les communautés coopératives avaient pour rôle de rendre possible l'idée de justice sociale sur fond d'égalitarisme. Au nom de la justice sociale et de l'égalité était lise en avant une similitude quasi-mathématique des logements, des vêtements, des repas et du travail. Les révolutions de 1848 vont conduire un certain nombre de libéraux, à commencer par John Stuart Mill, à rompre clairement avec la tradition incarnée par Adam Smith et David Ricardo pour suggérer une optique utilitariste. Le partage des profits entre capitalistes et travailleurs pourrait être égalisé de manière

spectaculaire grâce à un système de propriété et de gestions industrielles coopératives. Pour Mill, le progrès social impliquait une modification des rapports sociaux, passant par des rapports égalitaires entre ouvriers et patrons, hommes et femmes. Il sera l'apôtre de la participation des salariés aux résultats de l'entreprise.

d) L'émergence de la RSE et le XX^{ième} siècle

Le concept de RSE est né progressivement d'une exigence des opinions publiques des institutions politiques mais aussi de certains mouvements religieux.

e) Les nouvelles responsabilités des entreprises avec la RSE

Encore marginales il y'a quelques décennies, la RSE et l'éthique des affaires sont aujourd'hui un sujet d'actualité. Les auteurs et chercheurs du courant dit de l'éthique des affaires ont joué un rôle central. L'universitaire américain Bowen notamment, dans son ouvrage « Social Responsibilities of the businessman », est le premier, en 1953, à rassembler toutes les préoccupations que nous avons évoquées sous le terme de « responsabilité sociale ». Bowen (1953) part du constat que les entreprises sont des centres vitaux de décision et de pouvoir, et que les entreprises sont responsables de leurs actions dans une sphère plus large que la simple sphère économique. Les années 60 voient fleurir de nombreuses recherches émanant de ce courant qui viennent compléter et élargir la définition de Bowen. Ainsi en 1967, Clarence Walton introduit la notion de volontarisme au concept de RSE : il faut accepter que les coûts des actions « responsables » ne puissent pas être mesurés par des retombées économiques directes. On évolue vers une notion de contrat entre l'entreprise et la société : l'entreprise existe grâce à la société, elle utilise des ressources, dispose d'un pouvoir, mais en contrepartie, elle a des devoirs envers la société.

Ces devoirs peuvent se regrouper autour de trois sphères qu'à représentées le « Committee for Economic Development » en 1971 :

- La sphère des responsabilités économiques (production de biens et services et maintien des emplois),
- La sphère de la prise en compte des normes et valeurs sociales (conditions des employés, information et protection de l'environnement).
- La sphère des responsabilités émergentes et notamment les responsabilités vis-à-vis de l'environnement écologique et social. Le triple bottom line est né.

La même année, Harold Johnson définit les acteurs face auxquels l'entreprise est responsable : les employés, les fournisseurs, les distributeurs, les communautés locales et la nation entière, les fameux Stakeholders. Les jalons de la RSE sont posés.

❖ **La vision de Milton Friedman (1970)**

Pour Friedman, l'entreprise ne peut avoir de responsabilités car il s'agit d'une personne artificielle dont les responsabilités sont, elles aussi, artificielles. L'entreprise est un instrument appartenant à des actionnaires qui peuvent en faire ce qu'ils veulent, et dont l'intérêt premier est de faire des profits. Quant au dirigeant, Friedman explique qu'il est employé par des actionnaires et qu'à ce titre, il doit mener l'entreprise à leur guise, c'est-à-dire en maximisant ses profits. De ce fait, toute action contraire à la maximisation des profits corporatifs contrevient au mandat du dirigeant.

❖ **Le point de vue de Théodore Levitt**

Levitt rappelle qu'un système capitaliste ou règnent la démocratie et la liberté personnelle doit être fondé sur une société pluraliste dans laquelle le pouvoir est décentralisé et où peut exister une diversité d'opinions. Au sens de ce système et en vertu de ses divisions institutionnelles, la fonction de l'entreprise, et même son essence, est de produire des profits. D'après Levitt, s'il existe un problème ce n'est pas tant l'entreprise soit orientée vers les profits, mais bien qu'elle ne le soit pas assez. Ce n'est qu'en cas de défaillance des lois du marché à mener vers le bien public que l'intervention de l'Etat est justifiée. L'entreprise doit reconnaître ce rôle à l'Etat, mais doit le combattre s'il tente de s'immiscer dans les activités, jusqu'à s'opposer aux lois qui la gênent. Tant que l'Etat et l'entreprise demeurent séparés, ils peuvent se combiner au grand avantage de la société.

La responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) de quoi s'agit-il ? Un des trois leviers du Triple Bottom Line ; un des 4 piliers du modèle anglo-saxon de la responsabilité corporative (social, environnemental, sociétal et économique) ; un des leviers d'actions du Développement Durable ; des déclarations d'intention... la responsabilité sociale des entreprises, RSE, est une terminologie de plus en plus utilisée depuis quelques années dans l'environnement économique. Selon qu'il s'agit des universitaires, des industriels, du public en général ou de la société civile, il s'agit d'un concept qui ouvre à des représentations, des définitions et intentions différentes. Ces divers points de vue sur les rapports que les entreprises devraient entretenir avec la société sont pratiquement aussi nombreux que les

termes pour décrire les différentes interactions. C'est l'approche des réponses que nous présentons ci-dessous avec quelques définitions venant d'horizons divers.

1-2) Les définitions et les dimensions de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise

Il sera question pour nous de définir la RSE dans son ensemble et de donner la spécificité pour les entreprises.

1-2-1) Définitions de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise et spécificité pour les entreprises

La RSE n'est pas nouvelle. Depuis longtemps, les universitaires ont considéré le rôle des entreprises, parmi d'autres, comme contribuant au développement des communautés dans lesquelles elles opèrent. En 1953, l'université américain Bowen écrivit un ouvrage destiné à sensibiliser les hommes d'affaires américains aux valeurs « considérées comme désirables dans notre société » définissant ainsi la responsabilité sociale de l'entreprise et du dirigeant comme celle d' « effectuer les politiques, de prendre des décisions, et de suivre les lignes de conduite répondant aux objectifs et aux valeurs qui sont considérées comme désirables dans notre société ». Cette première définition du concept de la responsabilité sociale de l'entreprise se voit étayée depuis les années soixante par d'autres universitaires ou chercheurs : naturels.

Tableau 1 : les différentes définitions

AUTEURS	DEFINITIONS
DAVIS 1960 ET 1973	La RSE concerne les actions et les décisions que prennent les hommes d'affaires pour des raisons qui vont, en partie au-delà des intérêts purement technique et économique de l'entreprise... cela signifie qu'elle débute là où s'arrête la loi. Une entreprise n'est pas socialement responsable si elle se conforme au minimum requis par la loi, c'est ce que n'importe quel bon citoyen est tenu de faire
Mc Guire 1967	L'idée de RSE suppose que l'entreprise n'a pas seulement des obligations légales ou économiques ; mais qu'elle a aussi des responsabilités envers la société qui vont au-delà de ces obligations.

Walton 1967	Le concept de la responsabilité sociale reconnaît l'intimité des relations entre l'entreprise et la société et affirme que ces relations doivent être présentés à l'esprit des top managers de l'entreprise ainsi qu'à l'esprit de ceux qui s'occupent des différents groupes auxquels elle est reliée et qui poursuivent leurs propres buts.
Carroll 1979	La responsabilité sociale intègre l'ensemble des attentes économiques, légales, éthique et philanthropiques que peut avoir la société à l'égard d'une entreprise à un moment donné.
Jones 1980	L'idée selon laquelle les entreprises, par-delà les prescriptions légales ou contractuelles ont une obligation envers les acteurs sociétaux
Milton Friedman	Si l'entreprise respecte les règles du jeu, à savoir une concurrence libre et ouverte, elle n'a qu'une seule responsabilité sociale : combiner ses ressources de manière à maximiser ses profits. La maximisation des profits serait garante du développement économique qui par retombées, profiterait à l'ensemble de la société donc à l'intérêt commun. La RSE est d'accroître ses profits.
Woods 1991	La signification de la responsabilité sociétale ne peut être appréhendée qu'à travers l'interaction de trois principes : la légitimité, la responsabilité publique et discrétion managériale, ces principes résultant de la distinction de trois niveaux d'analyse, institutionnel, organisationnel et individuel.
Michel Villette, Sociologue	Agir de façon socialement responsable revient concrètement à supporter le coût d'actions qui ne sont pas financièrement avantageuses à court terme dans l'espoir d'un retour sur investissement à long terme.
Jean Gustave Padioleau	Il est important de penser la RSE en termes d'action managériale : le management étant toutes les opérations de coordination dans une organisation entreprise avec l'intention d'obtenir des résultats sont susceptibles d'être jugés.

Source : Synthèse de la littérature

Nous pouvons constater qu'être socialement responsable, c'est aller au-delà des obligations légales, se projeter dans l'avenir, être en relation avec la société et prendre en compte toutes parties prenantes.

Malgré le fait que le concept de RSE ne soit pas nouveau, sa définition suscite encore des débats, au regard de sa place prépondérante au cœur de la stratégie de l'entreprise. Cependant, quelle spécificité la RSE revêt-elle dans le contexte des PME ?

Selon Akeb, Delchet-Cochet (2015), l'analyse de la mise en œuvre de la RSE dans les PME dépend essentiellement de la taille des entreprises. Pour ces auteurs, plus la taille de l'entreprise augmente, plus elle est susceptible d'adopter des pratiques RSE. Dans le même sens, Preuss et Preschke, (2010) ont montré qu'il existe de différences au sein des PME dans la façon dont elles s'engagent dans la RSE. Pour Imbs et Ramboarison-Lalao, (2013) certains facteurs de contingence interne ou externe peuvent impacter positivement ou négativement la mise en œuvre d'une démarche RSE dans les entreprises. Il s'agit entre autres de l'assise locale, de l'influence du dirigeant-proprétaire et la stratégie, de l'organisation centralisée, de la faible spécialisation, des systèmes d'information simples et informels. Udayasankar (2008) a, quant à lui, démontré que, l'implication des entreprises dans une démarche de RSE suit une courbe en forme de « U ». Ainsi, les très petites et très grandes entreprises sont susceptibles de mettre en œuvre des pratiques RSE que les PME. Lepoutre et Heene (2006) ont également mis en avant une corrélation positive entre la taille des PME et leur adoption de pratiques RSE, compte tenu de leurs ressources restreintes et limitées. La perception que ce dirigeant a de la RSE, (mode de gouvernance basé sur le fait caractérisé par l'intuition et la spontanéité, témoigne que le dirigeant accorde un intérêt particulier à la RSE en ce sens que les limites culturelles sont également celles de l'entreprise) Berger-Douce (2008), Imbs et Ramboarison-Lalao (2013) ; Ben Hassine et Ghazzi-Nékhili (2013), SangueFotso (2018) ; le mix de proximités qui caractérise la PME Tores (2008) ; Paradis (2011) ; Bon et Taccola (2015)

1-2-2) Différentes dimensions de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise

Carroll (1976) a défini la RSE comme un ensemble d'obligations de l'entreprise vis-à-vis de la société. L'auteur distingue quatre types d'obligations/économiques (être profitable, fabriquer des produits respectant des normes de qualité et de sécurité), légales (respecter les lois et les règlements), éthiques (agir conformément à des principes moraux partagés au sein de la société), philanthropiques (agir avec bienfaisance et charité). La définition de Carroll,

considérée comme fondatrice des approches théoriques de la RSE, a été affinée par Wood (1991) qui précise trois niveaux de responsabilité pour l'entreprise :

- D'une part, la responsabilité de l'entreprise en tant qu'institution sociale ; l'entreprise dispose d'une légitimité accordée par la société : elle doit utiliser son pouvoir économique, qui découle de l'exercice de cette légitimité, dans un sens favorable aux attentes de la société, au risque de perdre son pouvoir ;
- D'autre part, la responsabilité en termes de conséquences (outcomes) de ses activités ; ce sont les conséquences au niveau de ses parties prenantes primaires (acteurs concernés directement et profondément par des dirigeants de l'entreprise) ;
- Enfin, la responsabilité individuelle et morale des dirigeants et managers. Ceux-ci doivent utiliser leur pouvoir discrétionnaire au service sociétal de l'entreprise : dans le choix des stratégies de l'entreprise et dans les moyens de mettre en œuvre ces stratégies.
- L'approche de Wood est complémentaire à celle de Carroll. Chacune des formes de responsabilité proposées par Carroll (économique, légale, éthique et philanthropique) peut être déclinée selon les trois niveaux définis par Wood.

Tableau 2 : niveaux et nature des responsabilités sociales de l'entreprise

	Niveau institutionnel	Niveau organisationnel (activités)	Niveau individuel
Responsabilités Economiques	Produire des biens et services, offrir des emplois, créés de la richesse pour les actionnaires	Les prix des biens et services reflètent les vrais coûts de production et externalités	Produire de façon écologique, utiliser des technologies non polluante, réduire les coûts en favorisant le recyclage
Responsabilité légale	Respecter les lois et les réglementations. Ne pas faire de lobbying ou attendre des positions privilégiées dans les politiques publiques	Œuvrer pour les politiques publiques en défendant des intérêts éclairés »	Tirer profit des instructions pour innover dans les produits ou les technologies
Responsabilité	Suivre des principes éthiques fondamentaux	Fournir des informations précises et complètes pour accroître la sécurité	Développer l'information d'utilisation pour des

éthiques	(ex : honnêteté)	d'utilisation au-delà des conditions légales	usagers spécifiques et la promouvoir comme un avantage produit
Responsabilité discrétionnaires	Agir comme un citoyen modèle dans tous les domaines : au-delà des réglementations et des règles éthiques rendre une partie du chiffre d'affaires à la société (community)	Investir les ressources de l'entreprise dans les actions charitables en rapport avec le premier et le second cercla de l'entreprise	choisir les investissements charitables qui soient rentables en termes de résolution de problèmes sociaux (application de critère d'efficacité)

Source : XIV^{ième} conférence Internationale de Management Stratégique (2005)

En effet, Igalens et Trahi (2012) proposent trois bonnes pratiques liées à chaque dimension RSE :

Les bonnes pratiques économiques qui concernent à priori la performance financière matérialisées, principalement, par le respect de l'intégration de l'éthique dans les actions commerciales ainsi que la capacité de l'entreprise à contribuer au développement économique de la zone d'implantation.

Les bonnes pratiques environnementales qui sont relatives à la préservation de l'environnement naturel, la minimisation de la pollution, la lutte contre le réchauffement climatique et la diminution de la biodiversité.

Les bonnes pratiques sociales qui ont trait aux répercussions de l'activité de l'entreprise sur l'ensemble de ses parties prenantes (sécurité et impacts des produits, nuisances, respect des cultures, condition de travail, niveau de rémunération, non-discrimination).

1-3) Les mesures et comportement stratégiques face à la Responsabilité Sociale de l'Entreprise

La question de mesure de la RSE recouvre des enjeux multiples pour de nombreux acteurs et le comportement qui est une mesure ou l'étude porte sur l'institutionnalisation d'un phénomène.

1-3-1) Les mesures de Responsabilité Sociale de l'Entreprise

Les variables de performance sociale correspondent, dans les études académiques collectés à l'occasion de ces recherches, à une multitude de mesures, souvent non justifiées théoriquement. L'appréhension de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise repose sur une grande diversité d'indicateurs, issus d'indices comme celui du DSI (Domino Social Index) ou du KLD (KinderLydenberg Domino), d'enquêtes et de classements extrêmement variés. Ainsi, la description de la RSE se fait tout à la fois au travers d'actions positives (sauvegarde de l'emploi, mécénat, préoccupations écologiques, droits des minorités) ou d'actions socialement irresponsables, voire illicites Frooman (1997).

1-3-2) Productivité de l'entreprise une mesure de la RSE

Plusieurs auteurs ont essayé d'intégrer les définitions et les concepts les plus pertinents pour mesurer la responsabilité sociale dans un effort de conceptualisation. Leurs efforts aboutissent à une tentative de modélisation de l'actionnariat salarié et productivité des entreprises comme mesure de la responsabilité sociale. Sethi (1975) précise que les responsabilités économiques et légales définissent les obligations de l'entreprise alors que la responsabilité sociale se réfère plutôt à sa responsabilité éthique. La responsabilité sociale de l'entreprise doit donc aller au-delà des obligations sociales et se conformer aux valeurs, normes ainsi qu'aux attentes de l'actionnariat salarié et productivité. De son côté, Carroll (1979) estime que ce concept dépasse les seules exigences économiques et légales comme le soutient par exemple Davis (1973). Il va encore plus loin en annonçant que la responsabilité sociale doit aussi couvrir les attentes d'ordre éthique et discrétionnaire que la société peut exiger des compagnies à un moment. Carroll est l'un des premiers chercheurs à pouvoir créer un modèle intégré capable de donner une représentation plus ou moins simplifiée du concept de la RSE. Nous présenterons tout d'abord le modèle de Carroll (1979) et après le modèle Clarkson (1995) qui insiste sur le fait que l'évaluation RSE devra s'effectuer partie prenante par partie prenante.

➤ Le modèle de Carroll (1979)

Pour lui l'ensemble des obligations qu'une firme a vis-à-vis de l'ensemble de ses parties prenantes se présente au niveau économique, légal, éthique et ce qui relève du volontariat. Ces différentes catégories n'étant pas mutuellement exclusives, mais plutôt inclusives et doit être prises de manière simultanée.

- ❖ **La responsabilité économique de la firme** : la responsabilité première d'une firme est de fabriquer des et services, les vendre et réaliser des profits pour les actionnaires.
- ❖ **La responsabilité légale** : en effet la firme doit agir dans le strict respect du cadre légal qui lui a été dévolu.
- ❖ **La responsabilité éthique** : ce sont les actions que la firme pourrait entreprendre d'elle-même sans qu'elle y soit contrainte.
- ❖ **La responsabilité discrétionnaire** : ou encore action volontaire il s'agit de tout ce qui est laissé au libre arbitre de l'entreprise et qui a impact considérable sur son image (marque) auprès du public.

➤ **Le modèle Clarkson (1995)**

Clarkson propose une typologie de problèmes spécifiques pour chacune des parties prenantes qu'il distingue : employés, propriétaires/ actionnaires, consommateurs, fournisseurs, concurrents et pouvoirs publics. Le niveau de réactivité par rapport à chaque partie prenante est évalué sur la base d'une échelle comprenant quatre situations : réactive, défensive, d'accommodation ou proactive.

L'entreprise est en relation d'affaire avec la société. Cette société qui est composé de plusieurs parties prenantes qui se donnent un droit de regard sur l'entreprise. Bien qu'il n'existe pas de consensus établi sur l'élaboration des critères de l'évaluation de la productivité, un certain nombre de recherche ont été effectuées afin d'uniformiser ces critères. De manière générale, les activités des entreprises ainsi que ses comportements face aux attentes de la société, sont définis et utilisés comme critère d'évaluation de l'actionnariat salarié. Ainsi la littérature récence neufs enjeux et responsabilité d'entreprise vis-à-vis des parties prenantes. Dans le cadre de ce travail de recherche, nous présenterons la relation avec les employés, la relation avec les consommateurs, la relation avec l'environnement et la communauté.

Cette section nous a permis de faire un état de la littérature sur la RSE, de présenter les principales approches et les critères d'évaluation de la RSE. Dans la section suivante, nous nous appesantirons sur la création de la valeur comptable.

Tableau 3 : les mesures de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise

Surveys	Critères RSE
Pava/Krausz, 1996	Protection de l'environnement-indices de réputation- informations divulguées par l'entreprise au-delà de son rapport annuel-Activité en Afrique du Sud
Frooman, 1997	Violation des lois anti-trust-retrait de produits dangereux- conduite délicate (évasion fiscale, défaut de présentation de documents financiers) –pollution de l'environnement – violation des standards des agences gouvernementales de régulation
Griffin/Mahon, 1997	Indice de réputation fortune –évaluation du cabinet KDL – contributions charitables et philanthropique –inventaire des rejets toxiques
Mc Williams/Siegle, 1997	Retrait d'activité en Afrique du Sud –comportement illégaux –retrait du marché des produits dangereux –fermeture d'usines et licenciements –prix annuels décernées par le département du travail
Balabanis/Phillips/Iyall, 1998	Information divulguées au-delà de son rapport annuel – engagement en faveur de l'égalité professionnelle – contributions charitables et philanthropie –protection de l'environnement – engagement dans la société civile (refus de discrimination politiques) –refus de l'expérimentation animale –critère d'exclusion (le tabac, l'alcool) –relation d'affaire avec les régimes dictatoriaux –activités de production d'équipements militaires –relation d'affaires avec les pays en voie de développement
Evraert et Prad (2003)	Le travail d'équipe –la sécurité d'emploi –le respect des droits de l'individu –le respect des règles
	L'entreprise recourt à l'employabilité des salaires ; l'entreprise se conforme à une norme de qualité ; l'entreprise étudie les attentes, le comportement ou la satisfaction des

Boubakary et Moskolai (2017)	clients ; il existe un centre d'appel destiné aux clients ; il est important d'améliorer et/ ou de maintenir les compétences des employés, l'amélioration continue des ressources humaines et de protection est devenue une priorité pour l'entreprise
---	--

Source : synthèse de littérature

Cette section nous a permis de faire un état de la littérature sur la RSE, de présenter les principales perceptions de la RSE. Dans la section suivante, nous nous appesantirons sur la création de valeur comptable dans les PME.

SECTION II. REVUE DE LA LITTERATURE AUTOUR DU CONCEPT DE CREATION DE VALEUR DANS LES PME.

La création de valeur trouve une justification conceptuelle grâce à la théorie de l'agence. Celle-ci centre ses réflexions sur les divergences d'intérêt et l'asymétrie d'information entre les différents acteurs de l'entreprise, en particulier les actionnaires et les dirigeants. Alors que le modèle de l'agence se focalise sur les rapports actionnaires / dirigeants, en accordant une place secondaire aux autres parties prenantes et l'entreprise, les développements actuels soulignent la diversité des intérêts en jeu, dans le cadre d'une stakeholder theory (Freeman, 1984 ; Clarkson, 1995 ; Hill et Jones, 1992). La création de valeur favorise la participation du personnel aux instances de représentation et de décision de l'entreprise, peut influencer non seulement sur la relation d'agence entre actionnaires et dirigeants, mais aussi sur la relation entre dirigeants et employés, sans remettre en cause la conception traditionnelle de l'entreprise (Jensen et Merckling, 1995).

Pour connaître la qualité de leur décision, la rentabilité de leur activité et leur efficacité, les dirigeants doivent mesurer et gérer la création de valeur de leur entreprise. De la même manière que les autres approches de la richesse, la création de valeur est mesurable à travers les indicateurs. Dans cette section, nous aborderons dans un premier la définition de la création de valeur (I), dans le second point nous parlerons de l'approche de la création de valeur (II), avant d'aborder par la suite les principaux outils de mesures.

II-1) CREATION DE VALEUR ET CRITERES D'APPRECIATION

Le sujet de la création des valeurs des entreprises fait l'objet d'une littérature abondante. Bien que largement utilisé le concept est loin de faire l'unanimité aussi bien en ce qui concerne sa définition, que ses déterminants. Nous allons d'abord aborder la notion de création de valeur avant de parler des critères d'appréciation.

II-1-1) Création de valeur d'entreprise : un concept multidimensionnel

Plusieurs auteurs ont définis la notion de création de valeur soit en termes d'atteinte des objectifs, soit en une vision plus large qui dépasse l'atteinte des objectifs.

- Création de valeur comme atteinte des objectifs

Lebas (1995), donne une définition simpliste mais complète de la notion de création de valeur. En matière de gestion, la création de valeur est la réalisation des objectifs organisationnels. Cette définition qui vaut aussi bien pour l'entreprise que pour l'individu indique qu'est performant celui qui atteint ses objectifs. Etant donné que ces objectifs sont multiples, alors la création des valeurs est dite multidimensionnelle.

- Création de valeur : une vision plus large

Selon Colasse (2000) la création de valeur est la réalisation des objectifs organisationnels. Quelque soit la nature et la variété de ces objectifs. Cette réalisation peut se comprendre au sens strict (résultat, aboutissement) ou au sens large du processus qui mène au résultat (action). Ces deux auteurs sus cités définissent la création de valeur stricto sensu comme étant l'atteinte des objectifs préalablement définis dans le cadre du processus. Après avoir défini la création de valeur nous allons à présent présenter les critères d'appréciations.

II-1-2) Les critères d'appréciation de la création de valeur

La création de valeur est le résultat ultime de l'ensemble des efforts d'une entreprise ou d'une organisation. Ces efforts consistent à faire de bonnes choses, de la bonne façon, au bon moment, au moindre cout, pour produire de bons résultats répondant aux besoins et attentes des clients, leur donner satisfaction et atteindre les objectifs fixés par l'organisation.

Ainsi, il existe plusieurs critères d'appréciation de la création des valeurs mais les plus utilisés sont d'après Bouquin (2004): l'efficacité, l'efficience, l'économie des ressources, la qualité.

❖ **L'efficacité** : le concept de création de valeur intègre d'abord la notion d'efficacité c'est-à-dire l'idée d'entreprendre et de mener une action à son terme ; la création de valeur consiste donc à obtenir un certain résultat conformément à un objectif donné. En effet, Voyer (2000) propose le ratio suivant pour mesurer l'atteinte des objectifs fixés : efficacité est égale aux outputs réalisés (objectifs atteints) divisé par les outputs visés (objectifs établis) ;

❖ **L'efficience** : le concept de création de valeur intègre ensuite la notion d'efficience, c'est-à-dire les moyens utilisés pour mener une action à son terme ont été exploités avec un souci d'économie. Bouquin (2008) définit l'efficience comme « le fait de maximiser la quantité obtenue de produits ou de services à partir d'une quantité donnée de ressources ». La création de valeur renvoie ici à la capacité de mener une action pour obtenir des résultats conformément à des objectifs fixés préalablement en minimisant (ou en rentabilisant) le coût des ressources et des processus mis en œuvre. Voyer (2002) propose le ratio suivant : l'efficience est égale au résultat atteint (outputs produits) divisé par les ressources utilisées (efforts fournis) ;

❖ **L'économie des ressources** : consiste d'après Bouquin (2008) à se procurer les ressources à moindre coût. En effet, le terme économie fait référence à l'acquisition des ressources. Selon Voyer (1999), l'économie est « l'acquisition de ressources financières, humaines et matérielles appropriées tant sur le plan de la qualité que celui de la quantité au moment, au lieu et au coût moindre ». En effet, une meilleure économie des ressources nécessite également la réduction des coûts liés à la réalisation d'une relation avec autrui et à l'intérieur même de l'entreprise. Autrement dit, une réduction des coûts de transactions. Il s'agit entre autre des coûts d'acquisition de l'information, des coûts relatifs aux procédures de contrôles, des coûts de renégociations. Les critères d'appréciation de la création de valeur varient selon les auteurs, il en est de même de ses dimensions.

II-2) CREATION DE VALEUR : INDICATEURS ET OUTILS DE PILOTAGE

Selon Sahut et al. (2003) (Cité par Aminata FALL, 2003), la création de valeur désigne les revenus issus de la détention d'actions. Les actionnaires étant le dernier maillon de la chaîne à

profiter de l'activité de l'entreprise. Pour Quintart (1997), « la finance est dominée par un objectif appelé objectif financier, qui consiste à maximiser la valeur totale de l'entreprise compte tenu du taux de rendement exigé pour les fournisseurs de fonds en fonction du risque et du coût moyen pondéré du capital » partant de cette définition, la création de valeur peut être défini comme la capacité d'une entreprise de pouvoir atteindre cet objectif financier qui est de maximiser sa richesse en assurant sa rentabilité au moyen de la production.

Le dirigeant dans sa mission de gestion d'entreprise prend souvent deux types de décisions : les décisions relatives au financement et les décisions d'investissement. Son objectif est de permettre que les décisions prises puissent conduire à la maximisation de la valeur ajoutée de l'entreprise. Il existe une multitude de critères de mesure de la création de valeur. Elles peuvent être basées sur le marché et ou sur la comptabilité. Généralement évalué à partir des documents comptables et à moment donné de la vie de l'entreprise, il est indispensable de connaître les critères et les indicateurs de mesures ainsi que ses principaux déterminants.

II-2-1) Les indicateurs de mesure de la création de valeur

Par définition, un indicateur est un instrument statistique qui permet d'observer et de mesurer un phénomène. La mesure de la création de valeur est imposée par loi. En effet, les entreprises doivent produire, à la fin de chaque exercice comptable, les documents comptables de synthèse : le bilan et le compte résultat. Ces documents contiennent les informations de base pour mesurer la création de valeur. Les indicateurs les plus connus sont le ratio de rentabilité économique qui concerne l'outil de production et le ratio de rentabilité financière qui se rapporte aux capitaux investis.

- La rentabilité économique : ROA (return on assets)

Legros (2015) soutient que le ROA est une comparaison entre un résultat économique et un capital économique. La rentabilité économique mesure ainsi l'aptitude des capitaux investis dans l'entreprise à créer de la richesse. Ce ratio est utilisé par les dirigeants et les prêteurs pour évaluer et comparer la création de valeur des entreprises. Legros (2015) propose la formule suivante à la rentabilité économique :

ROA égal Résultat net d'exploitation divisé par Capitaux propres plus Endettement net

- La rentabilité financière ou ROE (return on equity)

La rentabilité financière compare les bénéfices générés par l'organisation avec les capitaux propres de l'entreprise. En d'autres termes, le taux de rentabilité financière mesure le rapport du résultat net aux capitaux propres de l'entreprise (Legros, 2015).

La rentabilité financière ne prend en compte (dans les sommes mobilisées) que les capitaux propres (ou même permanents). Il permet ainsi d'appréhender la capacité à dégager des profits des seuls capitaux par les actionnaires.

- ROE égal Résultat net divisé par Capitaux propres.

A part les ratios de rentabilité, nous avons aussi les ratios de profitabilités qui sont déterminés à partir des données comptables et qui donnent une bonne mesure de la création de valeur. Il traduit la capacité de l'entreprise à générer des profits à partir de ses ventes. Elle compare le résultat net comptable (bénéfice ou perte) au chiffre d'affaires hors taxe de l'exercice comptable.

-RP égal Résultat net comptable divisé par Chiffre d'affaire HT.

Nous nous sommes intéressés à la présentation de l'approche théorique de la RSE et la création de la valeur comptable. Nous avons dans la première section fait l'état de la littérature sur la RSE en présentant d'une part les principales perceptions de la RSE et d'autre part l'historique de la RSE. Dans la deuxième section, nous nous sommes appuyés sur la théorie de la création de valeur comptable et la notion de la création de la valeur comptable.

Nous avons dans notre mémoire de recherche choisi de montrer l'influence de la crédibilité RSE sur la création de valeur comptable dans les PME. Ainsi notre premier chapitre a fait ressortir les approches théoriques de notre thème. Dans le chapitre qui suit, nous allons examiner la relation théorique entre la responsabilité sociale des entreprises et la création de la valeur comptable dans les PME.

CHAPITRE II : RELATION THEORIQUE ENTRE LA RSE ET LA CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DANS LES PME

L'objectif de ce chapitre est d'identifier le lien théorique entre la RSE et la création de la valeur comptable dans les PME, et de présenter l'impact du lien entre les pratiques RSE et la création de la valeur comptable dans les PME.

SECTION I : FONDEMENTS THEORIQUES DE LA RELATION ENTRE LA RSE ET LA CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DES PME

Les discours et pratique RSE paraissent relativement émergentes en Europe dans les années 2000, ils empruntent largement aux développements Nord-Américains dans le monde des affaires au début du 20^{ème} siècle. H. Bowen semble avoir joué un rôle capital pour l'essor de cette discipline. Son ouvrage social « Responsibility of the businessman » édité en 1953 anticipe et surtout inspire d'ailleurs l'ensemble des approches théoriques. Ainsi, le fondement théorique de la RSE oscille Capron, (2003) entre deux théories : d'une part les théories néoclassiques, qui refusent toute responsabilité sociale de l'entreprise autre que celle de faire du profit (Friedman), d'autre part les théories qui militent pour l'existence d'une responsabilité des décideurs à l'égard de la société. Dans cette deuxième catégorie se retrouve trois courants.

- **Le courant « Business Ethics » ou courant « moralité-éthique »** qui considère que l'entreprise doit agir de manière socialement responsable car elle a un statut d'agent moral, capable de distinguer le bien et le mal.
- **Le courant « Business an society » ou courant « contractuel-sociétal »** qui estime que l'entreprise et la société sont en interrelation et qu'elles se structurent mutuellement par le biais de leurs interactions constantes. Il en résulte un contrat social entre les deux.
- **Le courant du « Social Issue Management » ou courant « utilitaire-stratégique »** qui propose aux gestionnaires des outils pour améliorer la création de valeur des entreprises en tenant compte des attentes des parties prenantes.

Ces trois courants ont en commun le fait que l'entreprise doit s'inscrire dans le cadre de l'intérêt général et que ce qui est bon pour l'entreprise est également bon pour la société. Sans prétendre donner une globale, nous présenterons les principales théories éclairant notre thème.

I-1) LA THEORIE DES PARTIES PRENANTES

La théorie des parties prenantes est fréquemment mobilisée autant par les chercheurs que par les dirigeants d'entreprise. La RSE est le corollaire d'une bonne gestion. C'est-à-dire d'une gestion à la fois stratégique et éthique reconnaissant les besoins de tous les acteurs ayant un intérêt dans l'entreprise en opposition avec la vision actionnariale classique. La théorie des parties prenantes inscrit l'entreprise au cœur d'un ensemble de relation avec des partenaires qui ne sont pas uniquement les actionnaires (Shareholders) mais également des « parties prenantes » (Shareholders).

Parmi les multiples tentatives de classification des parties prenantes, il est intéressant de retenir celle de Carroll et Nasi (1997) qui opposent les parties prenantes internes (propriétaires, dirigeants, employés) aux parties prenantes externes (Concurrents, consommateurs, gouvernements, groupes de pression, média, communauté et environnement naturel).

De même, il est possible de distinguer les parties prenantes primaires : elles sont directement impliquées dans le processus productif et ayant une relation contractuelle et formelle avec l'entreprise. Il s'agit particulièrement des actionnaires, les employés, les clients et les fournisseurs. Les parties prenantes secondaires : ayant des relations reposant sur un contrat implicite avec l'entreprise. On peut citer les concurrents, les groupes de pressions, les ONG, les collectivités territoriales...etc. les parties prenantes muettes : il s'agit ici de la faune et de la flore. Il est important d'ajouter à cette classification les tiers absents comme les générations futures. Les dirigeants doivent prendre en compte les attentes de ces groupes dans le domaine des stratégies que doit suivre l'entreprise.

Frooman (1999) critique la vision classique représentant l'entreprise au centre d'un nœud de contrats implicites et explicites avec les différents PP. il considère qu'il existe une interdépendance réciproque entre toutes les PP, la théorie des parties prenantes doit être

replacée dans un contexte de relation contractuelle. De même les relations entre l'entreprise et les PP peuvent évoluer rapidement.

I-1-1) Les approches de la théorie des parties prenantes

La théorie des pp présente deux variantes. Le premier est relatif au modèle de responsabilité, la relation organisation parties prenantes peut être considéré comme une relation sociale qui implique la responsabilité. La nature de ce dernier est déterminée à travers les relations qui les relient, il s'agit d'une approche normative. La seconde concerne l'aspect empirique de la responsabilité. La théorie des parties prenantes peut être considérée dans une perspective centrée sur les intérêts de l'organisation. Cette dernière répartit ses efforts entre les parties prenantes selon leur importance. L'information est généralement l'élément majeur qui permet à l'organisation de gérer ses relations afin d'éviter l'opposition des pp.

Donaldson et Preston (1995) distinguent trois types de théories de parties prenantes : la théorie normative qui suppose que les entreprises et les managers doivent agir selon certaines mesures, la théorie instrumentale pour laquelle certains résultats sont plus probables si les organisations et les managers agissent de certaines manières et la théorie descriptive empirique qui suppose que les organisations et les managers agissent actuellement avec certaines manières.

➤ La théorie descriptive des parties prenantes

C'est la thèse de Donaldson et Preston (1995). Cette théorie considère que l'organisation est au centre de coopérations et de compétitions possédant chacune leur valeur intrinsèque. La théorie est utilisée pour décrire et parfois expliquer des caractéristiques et des comportements spécifiques comme par exemple, la nature de l'entreprise, la manière de penser, la gestion des entreprises effectués par les managers, comment certaines organisations sont actuellement gérées, la diffusion d'informations sociétales, les parties prenantes visées et l'importance accordée à chaque partie prenante qui varie selon la phase du cycle de vie de l'entreprise. Selon cette perspective, les managers agissent au sein de l'organisation en tenant compte des intérêts et des revendications des différents acteurs. Le problème est que cette approche descriptive ne permet de fournir que des propositions exploratoires et non pas de faire la

connexion entre le management des parties prenantes et les objectifs traditionnels de l'entreprise (croissance, profit...)

➤ **Théorie instrumentale des parties prenantes**

La théorie des parties prenantes est aussi instrumentale. En effet, elle traite des différentes connexions qui peuvent exister entre la politique de management des pp et la réalisation des objectifs de rentabilité. Elle a été avancée par T. M. Jones (1995). L'idée principale en est que les entreprises qui pratiquent le management des parties prenantes, toutes choses égales par ailleurs, seront plus performantes en termes de profitabilité, de stabilité, de croissance etc... on admet alors que certains résultats peuvent être obtenus par l'adoption de certains comportements. La théorie instrumentale est donc une théorie contingente à un type de comportement. Plusieurs études ont fait référence à cette théorie explicitement ou implicitement en utilisant des méthodologies statistiques conventionnelles. Ces recherches ont traité : de la relation entre la pression des pp et la formulation des stratégies (Trevino et Cochran, 1999), Carroll et Hatfield, 1985 ; Mc Williams et Siegel 2001). La diversité des résultats obtenus ne permet d'avancer aucune proposition définitive dans un sens ou dans un autre, mais les études ayant traité de la relation entre des variables de responsabilité sociale et des variables de la création de valeur actionnariale ne sont pas toujours issues directement de la théorie des parties prenantes comme c'est le cas dans le cadre de notre recherche.

➤ **Théorie normative des parties prenantes**

Donaldson et Preston (1995) insistent également sur les bases normatives de la théorie des parties prenantes. Il s'agit pour eux d'une perspective qui se distingue de fonctionnalisme de la théorie empirique. Plutôt que de collecter des données et utiliser les méthodes quantitatives pour attester les hypothèses, ces perspectives se basent sur des issues normatives. Il s'agit alors de spécifier les obligations morales sur lesquelles se fondent les parties prenantes. Le point commun entre les différentes approches de ce type est que les parties prenantes doivent être traitées comme des fins et que leurs intérêts possèdent une valeur intrinsèque. La théorie normative spécifie les obligations morales de la théorie des parties prenantes que les managers doivent avoir envers, non seulement les actionnaires mais aussi tous les autres composantes. L'interprétation narrative est une des tendances de la théorie normative. Elle permet de faire

des représentations narratives du comportement moral des entreprises. Les chercheurs supposent que la théorie descriptive indique « comment le monde existe réellement », et que la théorie normative prescrit « comment le monde devrait être » et la théorie instrumentale « comment on pourrait le faire ».

La typologie qui vient d'être présentée peut être contestée, la théorie descriptive nous dit comment le monde existe réellement alors que la théorie normative prescrit comment il devrait être et que la théorie instrumentale indique comment on pourrait le faire. Les principaux points de divergences qui surgissent sont les suivants sont discutables. En effet, l'aspect descriptif de la théorie des parties prenantes reflète et explique le passé, le présent, le futur et tend à générer des propositions exploratoires et prédictives alors que les fondements instrumentaux font la connexion entre les approches de parties prenantes et les objectifs désirés en commun comme le profit. L'approche instrumentale est généralement utilisée pour explorer les relations entre management des parties prenantes et la création de valeur actionnariale des entreprises. Une bonne théorie doit aider les individus à mener des vies meilleures au sein de l'organisation or la question qui se pose est de vérifier si l'approche normative apporte une aide pour obtenir des vies meilleures.

I-2) THEORIES NEO INSTITUTIONNELLES DE LA LEGALITE

Par institution on entend « un ensemble de règles durables, stable, abstraites et impersonnelles, cristallisées dans les lois, les traditions, ou des coutumes et encadrées dans des dispositifs qui implantent et mettent en œuvre par le consentement et/ou la contrainte, des modes d'organisations de transaction » Ménéard, C. Université Paris 1 (Panthéon – Sorbonne).

Les théories néo-institutionnelles ont fait leurs apparitions au milieu des années 1970. Elle englobe un ensemble de courants distincts qui font partie de domaines très variés tels que l'économie, la sociologie ou même les sciences politiques. Elles s'intéressent aux contraintes culturelles et sociales exercées par l'environnement sur les organisations. L'approche néo-institutionnelle s'intéresse à l'influence du contexte institutionnel sur l'adoption de pratique ou sur l'architecture institutionnelle. Ils analysent les organisations comme des systèmes organisés opérant à l'intérieur de structures sociales composées de normes et de valeurs. Cette théorie appréhende les organisations comme des entités « encadrées » dans un contexte social (Granovetter, 1985 ; Suchman, 1995), interconnectées ; et socialement construites par leur environnement. L'environnement institutionnel de l'entreprise se caractérise aujourd'hui par

des acteurs nouveaux, très influents, et qui portent des valeurs humanitaires, des inquiétudes sociales et environnementales. Ces acteurs exercent des pressions sur les firmes les incitant à respecter les règles institutionnelles qui vont donner lieu à de nouvelles formes de pratiques en matière de RSE, combinant à la fois obligations contraignantes et démarches volontaires. De manière globale, ces acteurs détiennent un pouvoir important dans la mesure où ils ont la capacité d'exercer une forte influence sur la légitimité de la firme, à travers sa réputation.

Dans la mesure où les organisations subissent des pressions de la part de leur environnement institutionnel, la RSE peut être traitée comme un processus mimétique, normatif, qui aboutit à l'élaboration de normes, référentiels, labels qui vont se diffuser de manière volontaire ou imposée. L'accent est mis sur le fait que les organisations qui partagent le même environnement institutionnel emploient des pratiques similaires, à cause du fait que celle-ci se conforment aux pressions institutionnelles pour des motifs de légitimité ou d'incertitude. Ainsi, selon DiMaggio et Powell (1983), il existe trois formes des pressions institutionnelles qui permettent d'expliquer l'isomorphisme institutionnel des organisations : l'isomorphisme coercitif (les règles, les lois, les sanctions...) ou la légitimité est légale, l'isomorphisme normatif (certification, normes, etc.) ou la légitimité est morale et enfin l'isomorphisme mimétique (croyance et logique d'action partagée) ou la légitimité est culturellement acceptée.

En conclusion, pour les auteurs de la théorie néo-institutionnelle, la RSE consiste à mettre en œuvre des pratiques souhaitées par l'environnement afin d'obtenir le soutien de ce dernier et d'acquiescer une place particulière au sein de la communauté. La responsabilité sociale serait donc une réponse aux pressions institutionnelles.

I-3) LA THEORIE DES RESSOURCES

Les ressources concernent non seulement le capital financier mais aussi les ressources humaines ou les clients. Pour les partisans de cette théorie, l'entreprise s'engage dans la RSE dès lors qu'elle est contrainte de l'assumer pour les raisons d'opportunisme. Cette théorie met en exergue la dépendance de l'entreprise vis-à-vis de son environnement en affirmant que sa pérennité dépend de son aptitude à gérer les demandes des groupes différents en particulier ceux dont les ressources et les soutiens sont déterminants pour sa survie (Capron). La vulnérabilité d'une organisation vient de ses besoins en ressources qui sont contrôlées par son

environnement. Nous pouvons conclure qu'une bonne allocation des ressources permet aux entreprises d'atteindre de manière efficace et efficiente les objectifs. De ce qui précède nous pouvons conclure que la mise en application de ces théories au sein des entreprises à un impact positive à l'amélioration de la création de valeur des PME.

SECTION II : ANALYSE THEORIQUE DE L'IMPACT DE LA RSE ET LA CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DANS LES PME

Il existe plus d'une centaine d'études sur ce lien mais ces études n'utilisent pas toutes la même méthodologie ni la même mesure de la RSE, ni la même mesure de la création de valeur. L'objectif de cette section est de montrer l'impact du lien entre la RSE et la création de la valeur comptable. Nous présenterons dans la première partie de cette section l'influence des pratiques RSE orienté vers la prise en compte des attentes des employés sur le résultat net et dans la seconde partie nous parlerons de la prise en compte des attentes des clients comme préalable pour la productivité de la PME.

II-1) PRISE EN COMPTE DES ATTENTES DES EMPLOYES : UN LEVIER D'AMELIORATION DE LA CREATION DE VALEUR

Dans ce paragraphe, nous présentons le lien théorique entre la RSE et la création de valeur des PME. Dans un premier temps nous parlerons du lien entre la prise en compte des attentes des employés et la rentabilité, puis nous analyserons la satisfaction des employés comme gage de la productivité et enfin nous présenterons les contributions des employés à la rentabilité des PME.

II-1-1) Lien entre la prise en compte des attentes des employés et la rentabilité financière

Les employés sont les acteurs internes garantissent l'accomplissement des différentes activités et la satisfaction des clients. Dans ce cadre, leur engagement, leur compétence, et leur productivité comptent beaucoup dans le cadre de la création de valeur actionnariale de l'entreprise. La mise en place d'une politique RSE dans une PME constitue un véritable projet d'entreprise auquel l'ensemble du personnel adhère et participe. Ce projet mobilise les salariés autour de nouveaux enjeux et valeurs. Ainsi, l'amélioration des conditions de travail avec par exemple une meilleure prévention des accidents, des primes liées à la pénibilité du travail retient le personnel qualifié, accroît la motivation et le bien des salariés, diminue le

risque de conflits social et renforce la culture de l'entreprise avec comme principale conséquence le gain de la productivité. Une solide réputation en matière de RSE permet de recruter et de retenir le personnel qualifié : les jeunes diplômés par exemple prennent en compte la réputation et les valeurs de l'entreprise pour choisir celles auxquelles ils vont dresser leurs candidatures. Il s'agit d'un avantage précieux lorsqu'il y a pénurie de la main d'œuvre dans les domaines qui exigent une haute qualification.

Bien qu'ils ne constituent pas les destinataires de référence les employés des PME sont les acteurs dominant du discours managérial (devant les actionnaires et les clients). Le personnel est davantage présenté comme un partenaire. L'intégration des employés (parties prenantes internes) a fortement progressée à la fin des années 1990. Ces évolutions confirment l'importance accordée à l'homme (par la notion d'équipe et de collaborateurs qui se substituent aux notions de personnel ou de salariés). Parallèlement, les structures représentatives prennent une place grandissante avec pour seul objectif de booster la productivité des employés par la satisfaction de leurs attentes. Cette présence met en évidence la volonté de valoriser les acteurs dans le but de rechercher leur confiance, leur adhésion et d'orienter leur comportement à l'égard des objectifs de l'entreprise, la politique sociale étant souvent justifiée par la création de valeur actionnariale. Les employés sont des acteurs dotés d'une capacité d'actions qui conditionne l'évolution de l'entreprise parfois de façon plus subjective, les dirigeants veulent démontrer que l'engagement des employés est du à leur respect ou aux soucis du bien-être, voire de leur développement personnel.

L'intérêt grandissant à l'égard des salariés en tant que facteurs de succès des PME peut s'expliquer par l'intermédiaire des théories telle que la théorie des parties prenantes, la théorie de bonne gestion, théorie des ressources, qui contribuent chacune à sa façon à expliquer comment les différentes pratiques RSE peuvent exercer un effet positif sur la productivité de l'entreprise. Les employés sont de plus en plus reconnus comme partie prenante essentielle à prendre au sérieux. Ils devraient prendre part à la prise de décisions qui concernent l'environnement, la communauté et les employés eux même. Au plus les employés sont imprégnés et influencés par les actions de RSE, au plus leur engagements organisationnel sera fort, ce qui améliorera leur productivité et par conséquent la création de valeur actionnariale. C'est pourquoi Stawiski, Deal et Gentry (2010) affirme que la RSE en elle-même a une influence et des effets favorables sur la création de valeur actionnariale grâce au développement d'une réputation positive auprès de ses parties prenantes (clients,

investisseurs, fournisseurs, gouvernement), qui se traduit en décision favorable de ces parties prenantes vis-à-vis de l'entreprise. Cette réputation leur permet également d'obtenir de nombreux avantages compétitifs ce qui affectent encore la création de valeur de manière positive.

II-1-2) Prise en compte des attentes des employés comme gage de la productivité des PME

Les employés sont largement concernés par la démarche RSE puisqu'elle touche aux conditions de travail, à l'exécution des tâches, aux habitudes et aux comportements, à la lutte contre la discrimination, à la sécurité et à la santé, à l'équilibre entre vie professionnelle et vie familiale ou encore à la diversité. En tenant compte de leurs attentes et en les tenant informé sur le suivi de la RSE, l'entreprise ne peut qu'en tirer bénéfice. Dans les entreprises socialement responsables, la démarche RSE doit être intégrée par les employés. Elle doit leur être appliquée pour qu'ils puissent connaître leur contribution et modifier leurs habitudes professionnelles. Si les salariés sont associés et informés de la politique RSE, ils sont forcément motivés, plus engagés, fédérés autour d'une démarche commune et davantage attachés au projet professionnel Charreaux (1998).

Aujourd'hui, travailler dans de bonne condition est devenu un enjeu aussi bien pour les salariés que pour les entreprises qui les emploient. Ces dernières sont continuellement en quête des moyens pour améliorer leur création de valeur tout en assurant le bien-être de leurs employés. Dans les entreprises dites socialement responsable, le bonheur des salariés est devenu un enjeu crucial pour l'augmentation de la productivité. Il est prouvé qu'un salarié heureux de ses conditions sera beaucoup plus productif et beaucoup plus rentable à son entreprise. Un salarié plus épanoui et évoluant dans un environnement bon, de même plus un salarié sera mis dans des conditions favorable, plus il sera facile pour lui d'être rentable. La RSE doit donc intégrer les attentes des employés. L'idée étant d'anticiper tout comportement négatif et de l'éliminer très rapidement afin d'éviter la propagation d'un état d'esprit néfaste au développement de l'entreprise. Les employés épanouis et satisfaits de leurs conditions de travail sont plus efficaces et plus fidèles à leurs entreprises mais ce n'est pas tout, ils seront plus positifs et donneront par conséquent une image de l'entreprise en cohérence avec les états d'esprit. Ils attireront de nouveau client plus aisément et plus naturellement qu'un employé insatisfait.

II-1-3) Contribution des employés à la rentabilité financière des PME

Les employés contribuent en premier chef au résultat de l'entreprise. En retour, ils attendent de manière on ne peut plus légitimer, des contreparties à leurs efforts pouvant prendre diverses formes. Les approches par les ressources rappellent bien que la compétence clés repose largement sur l'implication des ressources humaines. Il n'est dès lors pas étonnant de constater la présence renforcée des implications RSE orienté vers les employés. La théorie des parties prenantes est fondée sur cette reconnaissance du rôle des partie prenantes internes donc les employés dans le succès de toute organisation. Ils ont en effet un rôle actif dans la création de valeur d'une entreprise. Pour Charreaux (1998), l'entreprise ne peut créer de valeurs sans savoirs faire et la participation active des employés. Ainsi la qualité de leur engagement, leur productivité, seront à la base de la réussite de l'organisation à laquelle ils appartiennent. Il incombe donc aux dirigeants de mettre sur pied un service RSE dynamique pour améliorer le climat de travail, les relations sociales, la possibilité d'acquérir de nouvelle connaissance via la formation ou la mobilité. Dans ce rôle, le dirigeant est supposé être à l'écoute des besoins des employés, garantissant leur satisfaction, condition de leur motivation au travail. Dans cette mission, la création de valeur est mesurée par le niveau de satisfaction des clients interne que sont les employés. La motivation et les aptitudes des employés étant jugée cruciales, il faut utiliser des pratiques susceptibles de favoriser ces qualités. Contrairement à une idée assez rependue, la maximisation de la richesse de l'actionnaire n'est pas contradictoire avec la satisfaction des autres partenaires et notamment les employés. La responsabilité d'une entreprise s'applique donc avant tout au domaine social. Pour les salariés, cela signifie qu'une entreprise qui fait profiter ses salariés des bénéfices (intéressement, actionnariat salarié), une entreprise qui assure une sécurité de l'emploi réalise un bon résultat.

Les employés ont un rôle primordial dans la conduite de la réussite des entreprises. En effet, travailler dans une entreprise qui applique une politique de la RSE constitue une requête récurrente chez les jeunes salariés. Ces derniers souhaitent évoluer au sein d'une structure consciente des problématiques économiques, sociales ou encore environnementales. Les employés qui se sentent bien dans leur entreprise sont les individus qui mettent plus le cœur à l'ouvrage et qui sont plus productifs. En partageant des valeurs communes, les salariés placent plus facilement leur confiance dans leur entreprise. Ce phénomène a une incidence positive

tant sur le moral des individus que sur les relations sociales au sein des équipes. Une synergie positive qui a tendance à accroître la productivité de l'entreprise et la rentabilité.

II-2) PRISE EN COMPTE DES ATTENTES DES CLIENTS ET PROFITABILITE DES PME

Ce paragraphe est consacré à la présentation de la relation entre la prise en compte des attentes des clients sur la profitabilité. Nous présenterons d'une part le lien théorique puis nous analyserons l'impact de la création de valeur pour les clients sur le chiffre d'affaire.

II-2-1) Lien théorique entre la prise en compte des attentes des clients et la profitabilité

La théorie des parties prenantes est devenue aujourd'hui une référence incontournable pour les praticiens. Elle se concrétise en entreprise par une identification et une qualification des différentes parties prenantes et par le recueil de leurs attentes. Depuis quelques années, un courant de recherche parallèle et propre au marketing émerge. Dénommé « Stakeholder marketing theory » ses fondements reposent sur une orientation partie prenante de la fonction et constitue un élargissement de « l'orientation marché » (Narve et Slater, 1990). Elle considère que le marketing constitue la discipline ou la fonction la mieux positionnée au sein des entreprises pour prendre en compte les attentes des consommateurs. Dans ce cadre de nombreuses recherches ont été menées sur la perception et l'impact des actions RSE sur la partie prenante « consommateur ». Non seulement elles optent pour une focalisation délibérée sur des approches très spécifiques de la RSE, mais elles restent aussi axées sur la prise en compte de l'individu dans son unique rôle de consommateur ou de client. Les recherches actuelles nous nous incitent à aller plus loin et à approcher ce consommateur de façon large pour appréhender son impact sur la création de valeur de l'entreprise.

De façon générale, il faut constater que la RSE reste éminemment complexe non seulement pour le praticien mais surtout pour le client – consommateur exposé à des nombreux messages porteurs d'engagements sociétaux dont la validité n'est pas évidente à vérifier. Il est donc important d'approfondir comment l'individu perçoit le concept de RSE dans sa globalité et vérifier si cette perception influe sur la création de valeur de l'entreprise.

II-2-2) Perception des clients vis-à-vis de la RSE et profitabilité des PME

Les consommateurs considèrent les pratiques sociales et environnementales des entreprises comme des actes publicitaires plutôt que des actions concrètes. L'intégration par les

entreprises de pratiques de responsabilité sociale contribue à accroître la fidélité des consommateurs ainsi que leur rentabilité. La RSE est donc devenue un enjeu important pour un nombre croissant d'entreprises qui y consacrent des ressources non négligeables sous la pression des parties prenantes et notamment des clients. Une entreprise qui ne s'engagerait pas dans une démarche RSE pourrait en effet être pénalisée par les consommateurs (non achat de ses produits).

Les consommateurs ont compris que leur fidélité est un élément de poids dans la relation avec l'entreprise ils sont à la recherche d'une relation non seulement personnalisée mais aussi qui soit à la hauteur de l'investissement qu'ils font. La relation idéale reste assez simple dans sa formulation : « il faut que le consommateur ne soit pas trop éloigné du fabricant, qu'il sache comment les produits sont faits, avec quels moyens, que le consommateur se sente près de l'entreprise » (René, 48ans). Lorsque le client s'engage il souhaite en contrepartie être traité de façon privilégiée et responsable, notamment par la valorisation réelle et distincte de sa fidélité. Au – delà d'une relation privilégiée, l'individu met aujourd'hui l'accent sur plusieurs éléments qui tournent autour de la notion de respect. En amont de l'achat, il prône l'absence d'agressivité commerciale et de pratiques de prospection trop intrusives. En matière de communication, l'entreprise se doit d'être transparente dans ses messages et claire sur les offres proposées. En aval, c'est plutôt la valorisation de la fidélité par essais ou des avantages.

Grâce à leur perception positive, les consommateurs récompensent les entreprises qui s'engagent dans des actions de RSE. Ainsi, les actions RSE des entreprises ont une influence positive significative directement ou indirectement sur la satisfaction des consommateurs, leur confiance dans l'entreprise, le niveau de fidélité, leurs intentions d'achats. La RSE contribue ainsi à la consolidation d'une réputation pour les entreprises issues de l'assemblage de toutes les images qui se sont construites au fur et à mesure du temps auprès des différents publics. Elle peut résulter ou non de la stratégie RSE décrétée par l'entreprise et est basée sur une série d'expérience avec l'entreprise. La notion de réputation s'apparente à la façon donc l'entreprise est perçue par l'ensemble de ses parties prenantes notamment des consommateurs et à sa capacité de créer de la valeur pour l'entreprise. C'est pour cette raison qu'on dit la RSE est un antécédent de la bonne réputation de l'entreprise. La mise en place d'une démarche RSE, la normalisation de la responsabilité sociale au sein de l'entreprise, la multiplication des dons de nature philanthropiques ou le dialogue avec les parties prenantes

apparaissent comme les éléments construisant la réputation de l'entreprise auprès des clients. C'est d'ailleurs pour cette raison que d'autres auteurs considèrent la RSE comme un attribut ou une dimension intrinsèque de la réputation.

II-2-3) Diffusion des actions RSE par la fonction marketing : un moyen de croissance du chiffre d'affaires

Le courant de la RSE dans sa perspective conceptuelle globale est pris en compte dans les travaux en marketing assez récemment (Kotler et Lee, 2005) il apparaît comme une réponse adaptée à la complexité accrue des marchés et des processus d'échanges (Fry et Polonsky, 2004). Cette officialisation transparait en 2004 lorsque l'AMA (American Marketing Association) intègre la notion de PP dans la définition du Marketing en précisant son rôle comme étant « un ensemble de processus pour créer, communiquer et délivrer de la valeur des clients, et pour manager la relation client de façon à ce que toute l'organisation et les parties prenantes en bénéficient ». La fonction marketing est identifiée comme levier de diffusion de la stratégie RSE à toute l'organisation et aux PP notamment en recueillant le feed-back de ces dernières et en orchestrant la communication sur les initiatives RSE. Cette prise en compte du marketing par le prisme de la RSE n'est pas banalisée. Elle élabore des stratégies marketing responsables qui prennent souvent essence dans des contextes de création de marché ou de construction de plans d'action ciblés sur certaines marques ou produits.

Les clients sont créateurs de valeurs pour l'entreprise ; ce sont des actifs immatériels clés de l'entreprise puisque grâce à leurs régularités l'achat des biens et services, ils portent le chiffre d'affaires et favorisent la rentabilité de l'entreprise. Pourtant, de nombreuses entreprises connaissent encore mal leurs clients. Le responsable RSE doit bien connaître les clients et leurs caractéristiques. « Une augmentation de 5% au niveau du taux de rétention de la clientèle peut impliquer une augmentation de 60% des profits sur cinq ans » Reicheld et Sasser (1990) ceci montre l'importance de la partie prenante clients dans l'engagement RSE de l'entreprise. La satisfaction des clients est au centre des préoccupations des entreprises et se concrétise par une prise en compte de leurs attentes.

II-2-4) L'influence de la création de valeur pour le client sur le chiffre d'affaires de l'entreprise

Les investissements faits par les actionnaires ainsi que les efforts déployés par les employés sont réalisés dans le but d'attirer le client, de le satisfaire et de l'inciter à améliorer son comportement d'achat. Si le rôle des actionnaires a longtemps été prépondérant, les clients constituent les parties prenantes pour lesquelles les activités sont menées au sein de l'entreprise et occupent désormais une place importante dans la stratégie de l'entreprise. Comme le dit Theodore Lewitt « la raison d'être d'une entreprise est de créer et de garder un client » ainsi, une entreprise ne vit que grâce à ses clients. Les stratégies RSE de l'entreprise doit prendre en compte les attentes des consommateurs il s'agit en effet de les satisfaire, c'est-à-dire de leur donner envie de venir acheter les produits de l'entreprise et de ne pas trop regarder du côté de la concurrence. Tout dirigeant rationnel est guidé par un objectif prépondérant qu'est celui de rendre son entreprise efficace et efficient c'est pour cette raison que les décisions de mise en œuvre d'actions RSE les incombent car ils sont liés à l'entreprise par une obligation de résultat. La création de valeur pour les clients est un élément incontournable pour obtenir la croissance. En effet, l'entreprise doit tenir compte de ses responsabilités dans la relation qu'elle entretient avec les clients. La création de valeur pour les clients consiste en la prise en compte des attentes des clients et au respect de la responsabilité légale. La création de valeur pour les clients constitue un indicateur important de la prise en compte des attentes des clients et permet ainsi aux clients d'avoir une bonne image de l'entreprise et de ses produits. « C'est seulement en créant de la valeur pour le client que la firme créera de la valeur pour ses actionnaires » Ventrappen (1992). Ainsi la création de valeur de l'entreprise devrait se refléter à travers ses chiffres d'affaires qui sont fonction du niveau de fidélité et de satisfaction des clients. Le consommateur juge l'entreprise sur la qualité des produits et des services qu'il fournit ainsi qu'à travers les prix proposés. Pour gagner la confiance des clients l'entreprise doit mettre la priorité sur la satisfaction de leurs attentes en créant de la valeur pour eux. Comme le dit Atkinson et al, 1997, la création de valeur pour le client est souvent un passage obligé afin de créer de la valeur. De ce qui précède nous pouvons tenter de déceler trois relations :

- Relation avec les employés

Le rôle des employés doit être considéré comme primordial à la poursuite des activités de l'entreprise. En effet, les employés constituent un groupe de pp que la firme ne peut pas se

permettre de négliger. Ceux-ci ont des besoins précis et des revendications auxquels la firme doit s'empresse de répondre ; ces besoin et revendications représentent des enjeux que l'entreprise doit gérer. De cette manière, la relation que l'entreprise entretient avec ses employés est susceptible d'influencer la productivité. L'entreprise doit favoriser la création de l'emploi, mais il faudra veiller à ce que cette création d'emplois ne fasse pas au détriment des minorités. La firme doit également promouvoir l'égalité et l'éthique dans les opportunités d'emplois. Ce critère, qui fait référence à la charte des Nations unies relative aux droits et libertés des personnes, est primordial dans la définition d'un cadre de relation entre entreprise et ses employés. Par conséquent, ce critère fait désormais partie intégrante des politiques d'embauche de plus en plus d'entreprise dans la mesure où la discrimination par race, la religion, l'orientation sexuelle et l'ethnie peut faire l'objet de poursuite judiciaire. Ensuite, la relation avec les employés intègre la formation et le développement de la main d'œuvre. Elle implique aussi que la firme doit offrir à ses employés un environnement de travail sain et sécuritaire de même que les conditions de travail élaborées en lien avec les normes du travail. Les entreprises qui proposent des avantages sociaux à leurs employés et des services de soutien une productivité supérieur. Il en est de même pour les entreprises qui responsabilisent leurs employés et qui incitent à s'engager dans la communauté.

- Relation avec les consommateurs

La relation entreprise/consommateurs suscite un intérêt de marque sur le plan académique. De manière générale, une entreprise qui fabrique et distribue des produits de qualité sécuritaires aura tendance à avoir une bonne productivité. Clarkson (1991b, 1995) établit que la relation avec les consommateurs dépend de l'existence ou non d'un service à la clientèle, chargés de gérer les plaintes. L'existence d'un tel service est capitale dans la définition d'une bonne relation entre l'entreprise et les consommateurs dans la mesure où il influence de manière positive sur sa performance. Il généralement convenu que la relation existant entre l'entreprise et les consommateurs est double : dans le premier temps, l'entreprise doit tenir compte de ses responsabilités économiques et légales dans la relation qu'elle entretient avec les consommateurs, à savoir qu'elle est productrice de biens et services de qualité qui leur seront commercialisés. Ensuite, en plus de satisfaire ses obligations économiques et légales, vis-à-vis des clients, l'entreprise doit s'assurer que la production et la vente de biens s'effectuent en relation avec sa responsabilité légale.

- **Relation avec l'environnement et la communauté**

Le respect de l'environnement est un enjeu qui a pris une importance cruciale. Désormais cet enjeu intéresse également les consommateurs, les fournisseurs, les associations de certification et les actionnaires. La relation que l'entreprise entretient vis-à-vis de l'environnement naturel évolue entre la responsabilité économique et la responsabilité légale. Sur le plan responsabilité économique, selon la théorie économique classique, la pollution occasionnée par les activités de l'entreprise, génère un coût pour la société, que l'on désigne sous le vocable d'externalité négative. Celui-ci aurait pour effet d'empêcher l'atteinte de l'équilibre de Pareto, en plus de générer des inégalités provoquées par le transfert des coûts liés à une diminution de la qualité de vie ou au nettoyage des externalités provenant de cette pollution générée par l'activité de la firme (M'zali et Turcotte, 2000).

La communauté représente un groupe de PP auquel l'entreprise doit s'intéresser. Tout comme les employés, les habitants de la communauté dans laquelle l'entreprise œuvre ont des besoins et des revendications que l'entreprise doit prendre en considération. Ainsi l'engagement communautaire et l'implication de l'entreprise dans la communauté, à travers l'intégration d'un certain nombre d'activités corporatives en son sein, sont garants d'une bonne création de valeur actionnariat (Abott et Monsen, 1979 ; Clarkson, 1988 ; SocialInvestment Services, 1992).

Nous avons tout au long de ce chapitre effectué un briefing de la littérature sur l'impact de la RSE sur la création de la valeur comptable dans les PME. Il en ressort que de nombreux travaux ont abordé cette relation. Il a été question dans cette première partie de faire le point sur le concept de RSE et création de valeur. La revue de la littérature nous a par la suite permis d'établir les liens théoriques qui existent entre ces deux concepts. Nous nous sommes donc inspirés du contenu théorique de cette première partie pour développer la deuxième partie de notre travail qui sera consacrée aux pratiques RSE et création de la valeur comptable dans les PME de la ville de Yaoundé.

DEUXIEME PARTIE :
EVALUATION EMPIRIQUE DE L'IMPACT DE LA RSE SUR LA
CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DANS LES PME DE
LA VILLE DE YAOUNDE

La première partie de notre mémoire a passé en revue l'essentiel de la littérature en essayant d'apporter des éclairages sur la RSE et la création de valeur. Il a été question pour nous de présenter la relation théorique entre la RSE et la création de valeur des PME. Ce travail de recherche vise principalement à mettre en exergue l'impact des pratiques de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) sur la création de valeur des PME. La problématique est formulée de la manière suivante : Quelle crédibilité peut-on accorder à la RSE dans une démarche de création de la valeur comptable dans les PME de la ville de Yaoundé ?

Nous allons nous appesantir maintenant à l'étude empirique. Ainsi ; nous présenterons d'une part le cadre d'étude et l'approche méthodique (chapitre 3) et responsabilité sociale de l'entreprise et création de la valeur (chapitre 4).

CHAPITRE III : PRESENTATION DU CADRE D'ETUDE ET APPROCHE METHODOLOGIQUE

Un travail de recherche part d'un problème dont la résolution passe par une méthodologie rigoureusement déployée. La méthodologie apparaît comme un système de règles permettant de choisir les outils adaptés à l'analyse. C'est l'ensemble des considérations intellectuelles par lesquelles une discipline cherche à atteindre la réalité qu'elle poursuit, la démontre ou la vérifie.

L'approche que privilégie le chercheur dépend des manières de voir et d'aborder les phénomènes qui reflètent ses croyances fondamentales quant à la nature de la société. Dans ce chapitre nous présenterons le cadre d'étude (section 1) et l'approche méthodologique (section 2).

SECTION I : PRESENTATION DU CADRE D'ETUDE DES PME

Cette section est consacrée à la présentation de notre population d'étude qui est constituée des petites et moyennes entreprises (PME) camerounaises. Les PME constituent la base du tissu économique de la plupart du pays. Dans les pays en développement, elles jouent un important rôle économique et social et par leur contribution dans la création de richesses et en raison du levier indispensable qu'elles constituent pour la redistribution des fruits de la croissance à travers la création des emplois. La promotion des PME est désormais indissociable des politiques économiques, de promotion d'emploi et des réductions des inégalités dont les enjeux au plan social et sécuritaire sont multiples.

I-1) Définition de la PME selon le ministère de l'économie

Le forum international sur la PME en Afrique tenu à Cotonou au Bénin en 2005 et, ayant regroupé les pays de l'Afrique de l'ouest et ceux de l'Afrique centrale a fait le constat du grand flou quant à la définition homogène de la PME en Afrique dans ce sens qu'une « définition formelle de la PME, qui permettrait son identification et sa reconnaissance par l'environnement et qui pourrait servir de base pour des politiques et des stratégies nationales et régionales, ainsi que pour des partenariats, soit n'existe pas, soit n'est pas complète, soit est trop large et englobe toutes les entreprises, soit manque d'harmonisation ». Cependant, le

gouvernement du Cameroun et plusieurs organismes essayent de trouver la définition idoine de la PME. C'est ainsi que dans une étude réalisée pour la formulation d'un Plan Directeur de Développement des PME au Cameroun en 2007, la Japan International Cooperation Agency (JICA) dans son rapport final définit la PME comme « une entreprise de moins de 150 employés, en excluant les filiales d'entreprises étrangères, les entreprises étatiques, les entreprises issues de la privatisation d'anciennes entreprises étatiques ». Tandis que pour la Banque des États de l'Afrique Centrale (BEAC), la PME nationale ici en l'occurrence camerounaise, est toute entreprise dont la majorité des capitaux et les dirigeants sont nationaux, le chiffre d'affaires y étant inférieur ou égal à 500 millions de FCFA, les fonds propres ne dépassant pas 100 millions de FCFA, et les encours de crédit par caisse à court terme ne dépassant pas 100 millions de FCFA. Le Cameroun adopte une typologie semblable à celle de l'UE. Toutefois des différences se situent au niveau de la taille et du chiffre d'affaires. La loi no 2010/001 du 13 avril 2010 portant promotion des petites et moyennes entreprises au Cameroun, définit les Très Petites Entreprises (TPE), les Petites Entreprises (PE) et les Moyennes Entreprises (ME) de manière suivante:

- La Très Petite Entreprise est une entreprise qui emploie au plus cinq personnes et dont le chiffre d'affaires annuel hors taxes n'excède pas quinze (15) millions de francs CFA.
- La Petite Entreprise est une entreprise qui emploie entre six (06) et vingt (20) personnes et dont le chiffre d'affaires annuel hors taxes est supérieur à quinze (15) millions de francs CFA, et n'excède pas cent (100) millions de francs CFA.
- La Moyenne Entreprise est quant à elle une entreprise qui emploie entre vingt-et-un (21) et cent (100) personnes et dont le chiffre d'affaires annuel hors taxes est supérieur à cent (100) millions de francs CFA et n'excède pas un (01) milliard de francs CFA.

Cette typologie des PME camerounaises est présentée dans le tableau, soit la ventilation des PME camerounaises par effectifs et par chiffre d'affaire.

Tableau 4 : Typologie des PME camerounaises.

	EFFECTIFS	chiffres d'affaires
TPE (très petite entreprise)	1 – 5	Maximum 14,999 millions de FCFA HT
PE (petite entreprise)	6 – 20	15- 20,999 millions de FCFA HT
ME (moyenne entreprise)	21 -100	21 millions et 1 milliard de FCFA HT

Source: Espace PME Cameroun

I-2) Définition de la PME selon le MINPMEESA

La définition de la PME standard est encore à établir dans le cas du Cameroun. Le MINPMEESA est dans le processus de formulation de la Stratégie du Ministère, et l'établissement de la définition standard qui inclut celle des PME, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale est une partie de ce travail.

Dans le document intitulé (STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DU SECTEUR DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES, DE L'ECONOMIE SOCIALE ET DE L'ARTISANAT - Document 1) , on propose les définitions suivantes.

Tableau 5 : Critères utilisés par le MINPMEESA pour définir la PME

Catégorie Critères	Micro Entreprise	petite Entreprise	Moyenne Entreprise	grande Entreprise
Effectifs Employés	0 – 5	5 – 20	20 – 50	Plus de 50
Investissement initial (Fcfa)	Jusqu'à 200.000 Fcfa	Jusqu'à 500.000 de Fcfa	jusqu'à un milliard	Plus d'un milliard
Chiffre d'affaires (Fcfa)	jusqu'à 500 millions de Fcfa	jusqu'à 500 millions de Fcfa	jusqu'à un milliard	Plus d'un milliard

Source : MINPMEESA

En outre, dans le cadre de la Loi sur l'Artisanat, on observe que celle-ci concerne les entreprises à caractère artisanal (Décret présidentiel N° 2007/004) dont l'effectif du personnel (salarié) est égal ou inférieur à 10 employés et dont le montant du capital investi minimum est égal ou inférieur à 1 million de FCFA.

D'autre part, l'Institut National de la Statistique (INS) utilise la classification suivante pour les données statistiques concernant l'industrie.

- **Grandes entreprises:** Effectif du personnel égal ou supérieur à 51 employés
- **Entreprises moyennes :** Effectif du personnel compris entre 21 et 50 employés
- **Petites entreprises :** Effectif du personnel inférieur à 20 employés

I-3) Les caractéristiques des PME

Selon l'organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), dans son journal officiel de mai 2003, « l'entreprise » est définie comme étant: Toute entité, indépendamment de sa forme juridique, exerçant une activité économique. Sont notamment considérées comme telles les entités exerçant une activité artisanale ou d'autres activités à titre individuel ou familial, les sociétés de personnes ou les associations qui exercent régulièrement une activité économique.

Pour Julien (1990), le concept PME se caractérise par :

- La taille réduite de l'organisation couplée d'une structure organisationnelle simple
- La centralisation de la gestion ; le pouvoir est essentiellement concentré au niveau du dirigeant.
- Une faible spécialisation caractérisée notamment par la polyvalence des tâches.
- Une stratégie intuitive ou formalisée.
- Un système d'information interne peu organisé et souvent plus ou moins informel.
- Un réseau externe d'information minimal.

Par ailleurs comme beaucoup de spécialistes, il considère qu'il est difficile de spécifier ce que sont les PME eu égard à : « l'extrême hétérogénéité qui existent entre elles, ainsi qu'une plus grande volatilité causée par une création constante et des disparitions en grand nombre dans les premières années d'existence ». Nonobstant cette difficulté, cet auteur fait une typologie des PME, en faisant une répartition des tailles d'entreprises selon le nombre d'employés. À cette typologie quantitative il y ajoute des typologies multicritères ou qualitatives. Ainsi on retrouve tour à tour la répartition selon le type de propriété, selon le type d'organisation, la stratégie poursuivie ou le potentiel de la firme. Cette répartition peut se décliner aussi selon l'organisation et la croissance ou le développement, et enfin on peut classer les PME selon les secteurs, les types ou les opportunités de marché (Julien, 2005). Cela est d'autant plus vrai que trois catégories émergent. On distingue tour à tour les toutes petites entreprises (TPE) dont l'effectif varie entre une à dix personnes, les petites entreprises (PE), ayant en leur sein entre dix et cinquante personnes, et enfin les entreprises dites moyennes (ME) avec un nombre d'employés dont l'estimation est comprise entre cinquante à deux cents personnes (Cerrada et

Janssen, 2006 ; Marchesnay, 1991). Cependant pour les TPE, un nombre croissant prospère en dessous de cinq à sept personnes. Tandis que pour les ME, certaines activités (BTP par exemple), la structure des moyennes entreprises subsiste au-delà (Marchesnay, 1991).

II-1) CONTRIBUTION DES PME CAMEROUNAISES A L'ECONOMIE ET CONTRAINTE DE DEVELOPPEMENT

Nous présenterons tour à tour dans cette partie la place de la PME dans l'économie camerounaise et les obstacles rencontrés par les PME camerounaises.

II.2.1) Contribution de la PME dans l'économie Camerounaise

Dans tous les pays du monde, les PME occupent une place importante dans le paysage économique. La participation à la richesse nationale par le paiement des impôts, l'absorption d'une bonne partie de main d'œuvre ainsi que la formation du tissu industriel sont autant de raisons marquant cette importance. En effet en Afrique subsaharienne la PME représente entre 95% et 98% de la population totale des entreprises et fournissent entre 60% et 70% des entreprises Rapport de l'organisation internationale du travail, (1992).

Au Cameroun, la plupart des entreprises sont des PME ils interviennent dans tous les secteurs de l'économie. Leur survie est fortement menacée par la concurrence internationale, l'ouverture des frontières et le démantèlement des droits de douane, avec l'entrée en vigueur des accords de partenariat économique avec les pays de l'union Européennes. En effet la concurrence internationale induite par les produits très compétitifs des entreprises Européennes rend les marchés camerounais très concurrentiels et instable. Selon le GICAM (2017), le Cameroun ne pourrait espérer avoir un appareil industriel et commercial national capable de garantir un développement durable et une amélioration des conditions de vie par la création d'emplois décents sans le développement des PME. Elles sont donc le moteur de développement d'une société vue leur contribution déterminante à la création d'emplois et de revenus. Selon les données 2016 de l'institut national de la statistique (INS), on dénombre plus de 90 000 PME au Cameroun. De plus, ce type d'entreprise représente 90% du tissu économique national pour une contribution au PIB à hauteur de 34% (GICAM, 2018). Il paraît donc évident de constater que les PME sont des véritables opportunités d'affaire ; elles limitent le chômage et constituent par là un élément de stabilisation et de relance économique.

C'est pour cette raison que le Doing Business affirme que le développement du Cameroun ne pourra se faire qu'avec un secteur privé fort, intègre, socialement responsable, efficace et performant (Bulletin N°59 GICAM, 2014).

Les petites et moyennes entreprises (PME) forment l'armature de la plus part des économies et en sont une source essentielle de la croissance économique, de dynamique et de flexibilité aussi bien dans les pays industrialisés, que dans les en développement comme le Cameroun. Ces entreprises jouent un rôle essentiel dans la création d'emplois et mieux, constituent aujourd'hui la forme dominante d'organisation de l'entreprise. Si les PME demeurent des facteurs importants pour le développement économique du Cameroun, il n'en demeure pas moins que celles-ci rencontre beaucoup des entraves qui ralentissent sa productivité.

II.2.2) Les contraintes au développement des PME Camerounaises

Les principaux obstacles au développement des PME évoqué par les chefs d'entreprises sont par ordre d'importance : la fiscalité, la corruption, l'accès au crédit, les formalités administratives, la concurrence déloyale, les infrastructures et le cout du financement (GICAM, 2017). Dans cet environnement globalement difficile, les PME doivent satisfaire à des exigences réglementaires conçues en référence aux grandes entreprises tout en subissant la concurrence et la difficile interaction avec le secteur informel composé des TPE. Selon de nombreuses études menées auprès des patrons des PME, le problème majeur pour leur épanouissement demeure le manque de financement. Pour développer leurs activités, les dirigeants des PME ont besoin davantage de partenaires financiers et des subventions de l'Etat.

SECTION II : Méthodes d'analyse.

Il sera question pour nous dans cette section de présenter les outils statistique et d'analyse qui nous permettrons de formuler des résultats au chapitre suivant. Nous discuterons de la méthode de collecte des données, nous présenterons le questionnaire ainsi que les logiciels utilisées, et enfin nous présenterons quelques caractéristiques sociodémographiques.

II.1 méthodes de collecte des données.

Ce travail, réalisé dans auprès des consommateurs des PME de la ville de Yaoundé. Il a pour objectif d'analyser le lien entre informatisation comptable et performance financière. A partir des techniques d'échantillonnage aléatoire, 50 individus employés des PME ont été sélectionnés.

Les analyses statistiques ont été faite à l'aide de deux logiciels : CSPRO et STATA 14.0. CSPRO a été utilisé pour effectuer le masque de saisi, saisir les données et générer la base de données. STATA a été utilisé pour faire des analyses statistiques et les tests de corrélation.

Dans un premier temps, nous présentons les caractéristiques sociodémographiques des répondants de notre échantillon sous forme de graphiques, nous présentons les connaissances en RSE, la RSE et la création de la valeur et enfin les connaissances sur la performance sociale.

➤ **Taille de l'échantillon et présentation du questionnaire.**

❖ Taille de l'échantillon.

Dans le cadre de la réalisation de cette étude nous avons eu comme taille de l'échantillon définitive 50 répondants.

➤ **Présentation du questionnaire et population cible.**

Le questionnaire que nous avons administré fait état de vingt questions et comprenait trois parties : Les caractéristiques du répondant, les connaissances en RSE, la RSE et la création de la valeur et enfin les connaissances sur la performance sociale.

❖ **Les caractéristiques du répondant.**

A ce niveau l'objectif était de pouvoir identifier tous les éléments pouvant nous permettre ou nous renseigner sur l'enquête. Pour y arriver nous avons posé les questions sur les points tel que le lieu le genre (sexe), le statut matrimonial, l'âge, et sur le niveau d'éducation.

❖ **les connaissances en RSE.**

A ce niveau il était question pour nous de savoir si les répondants avaient déjà entendu parler de la notion de RSE d'une part et d'autre part savoir sentiment de mener des actions dans une perspective RSE

❖ **L'entreprise et le processus social.**

Dans cette partie de notre étude nous nous sommes intéressés sur le vécu des répondants, de savoir si le fait que leur entreprise contribuait à la résolution des problèmes de la société

relevaient d'une démarche volontaire, du mimétisme ou d'un effet de mode, des pressions de la société et d'une obligation légale, de savoir quelle était l'estimation du montant alloué aux actions sociales dans leur structure (en million de FCFA), quelle était la provenance de ses fonds et quel était pour leur structure le véritable mobile de cette pratique sociale.

❖ RSE et création de la valeur.

Dans cette partie de notre étude nous nous sommes intéressés de savoir si la pratique de la RSE leur a permis d'accroître leurs ventes, d'avoir une image d'entreprise citoyenne, d'accroître leurs bénéfices, d'obtenir de meilleurs contrats, d'obtenir un meilleur retour sur investissement.

❖ **Connaissance sur la performance sociale.**

Dans cette partie de notre étude nous nous sommes intéressés de savoir s'ils avaient une idée sur la performance sociale et de savoir si les actions qu'ils menaient amélioreraient leur performance sociale.

II.1.1 Analyse descriptive.

Les données que nous utiliserons dans le cadre de notre analyse sont issues d'un questionnaire dont la cible était les PME: cas de la ville de Yaoundé. Les données seront la résultante combinée de variables qualitatives et quantitatives. Qualitatives car elles ressortent les caractéristiques socio démographiques qui sont l'âge, le sexe, le genre, statut matrimonial et le niveau d'éducation.

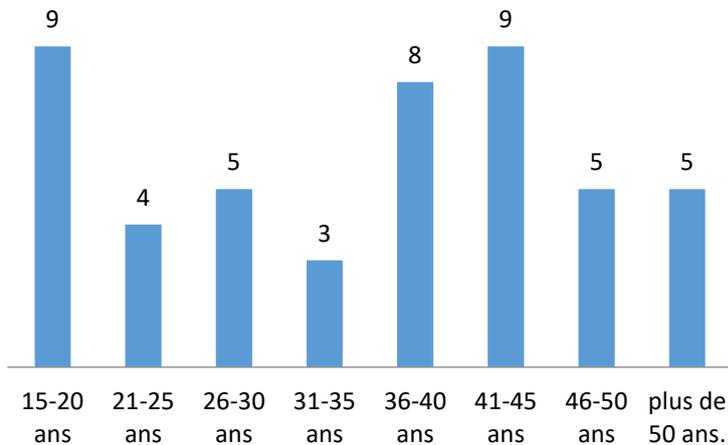
II.1.2 Présentation des variables sociodémographiques.

Les variables explicatives du modèle concernent les caractéristiques socio démographiques du répondant (âge, statut matrimonial, sexe, l'éducation des répondants).

- Tranche d'âge.

La figure ci-dessus nous donne la répartition des individus de notre échantillon par tranche d'âge. Nous constatons que la tranche d'âge la plus représentative est composée des individus dont l'âge varie entre 15-20 ans (9) et 41-45 ans (9), ensuite les individus dont l'âge varie entre 36-40 ans (8) suivie par les 26-30 ans (6), 31-35 ans (5) plus de 50 ans (5) et enfin les individus dont la tranche d'âge varie entre 31-35 ans (3).

Figure 1 Tranche d'âge.

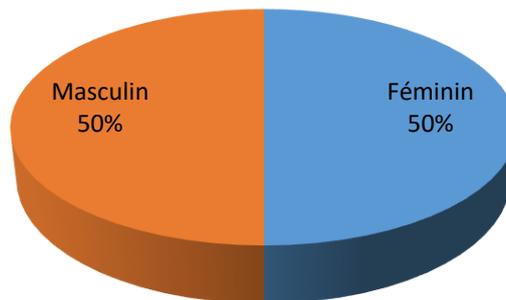


Source : L'auteur.

- **Sexe**

La nature du sexe des répondants de notre échantillon est représentée par la figure ci-dessus. Nous constatons que notre échantillon est parfaitement distribué car il est composé d'autant d'homme (50%) que de femmes (50%).

Figure 2 Sexe du répondant.

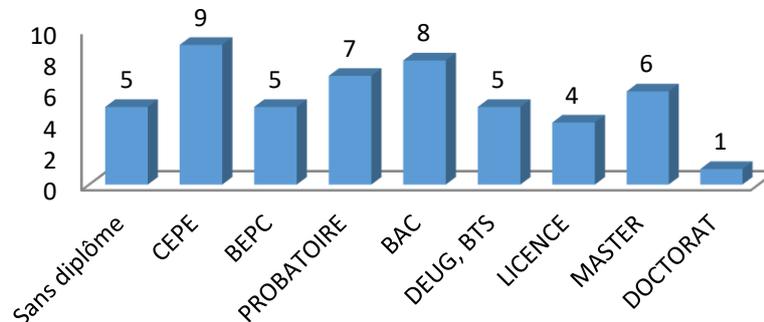


Source : L'auteur.

- **Diplôme.**

L'ensemble des diplômes des individus de notre échantillon est représenté au niveau de la figure ci-dessus. Il ressort de cette dernière que les individus avec la plus grande proportion ont comme diplôme le CEPE, ensuite nous avons les individus qui ont un Baccalauréat (8), suivi par ceux ayant un qui ont un probatoire (7) un master (6) suivi des sans diplôme (5) BEPC (5) et Deug (5) et enfin le doctorat (1).

Figure 3 Diplôme des répondants.

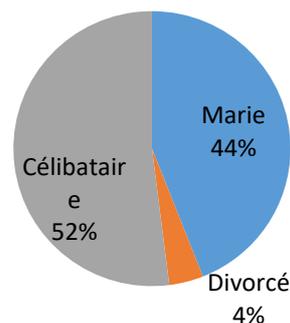


Source : l'auteur.

- **Statut matrimonial.**

La figure ci-dessus nous donne des informations sur le statut matrimoniales individus de notre échantillon. Il ressort de ce dernier que la plus grande proportion de notre échantillon est constituée des célibataires (52%), ensuite nous avons les individus qui sont marié (44%) et enfin les divorcé (4%).

Figure 4 : statut matrimonial

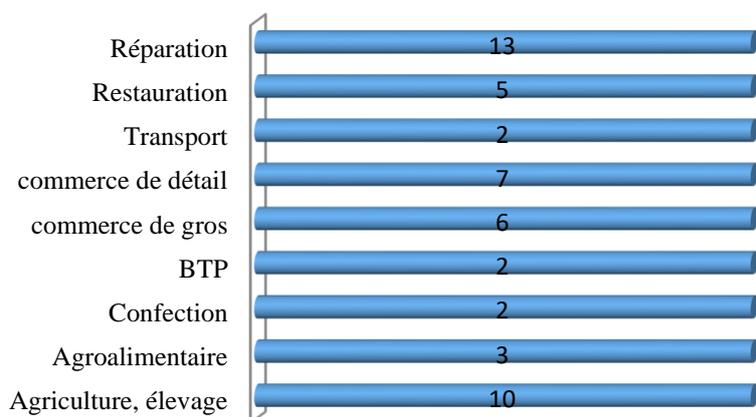


Source : L'auteur.

- **Branche d'activité**

La figure ci-dessus nous donne les informations sur les différentes branches d'activité qui constitue notre échantillon. Nous constatons que la branche d'activité la plus représentative est constitué des individus qui sont dans la réparation (13) ensuite les individus qui exercent dans l'agriculture (10) le commerce de détail (7) le commerce de gros (6) la restauration (5) pour ne citer que ces derniers.

Figure 5 Branche d'activité



Source : L'auteur.

Ce chapitre qui est le premier de la deuxième partie nous a permis d'une part de présenter notre cadre d'étude la PME , de présenter les aspects méthodologique de notre recherche à partir de la présentation du questionnaire, les techniques d'échantillonnage retenues de même que le modèle d'analyse. Ensuite à partir des figures nous avons illustré les variables sociodémographiques de notre modèle.

CHAPITRE IV : ANALYSE INTERPRETATION DES RESULTATS ET RECOMMANDATIONS.

Dans ce chapitre nous présenterons dans une première section les statistiques descriptives qui nous permettront d'avoir une idée sur les variables de l'étude, ensuite nous discuterons du lien entre RSE et création de la valeur à travers les tests de chi². Ensuite il sera question pour nous de proposer des recommandations.

SECTION I : CONNAISSANCE SUR LA RSE ET PROCESSUS SOCIAL.

Tout au long de cette section nous discuterons à partir des réponses des individus de notre échantillon de leur connaissance sur la RSE d'une part et d'autre part du processus social dans l'entreprise. Ce qui nous conduira à aborder les aspects comme la performance sociale.

I. CONNAISSANCE ET FONCTIONNEMENT DE LA RSE.

Il sera question dans ce paragraphe de présenter la présence et l'exécution de la rse au niveau des différentes PME, ensuite de présenter l'entreprise et le processus social.

I.1 connaissance de la RSE.

Le tableau ci-dessus nous donne les informations sur la connaissance de la RSE. Nous constatons que la plus grande proportion des individus de notre échantillon (60) connait la notion de RSE, par contre 40% des individus de notre échantillon disent ne pas connaître ce dernier.

Tableau 6 Connaissance de la RSE.

Connaissance de la RSE	Effectifs	Percent
Oui	30	60.00
Non	20	40.00
Total	50	100.00

Source : L'auteur.

I.1.1 Actions menées dans une perspective RSE.

A partir du tableau ci-dessus nous constatons que pour la majeure partie des employés (70%) disent mener des actions dans une perspective RSE et 30% des employés se trouvent dans une perspective contraire. Ce qui traduit déjà le fait que la majeure partie des employés des PME mènent des actions dans une perspective RSE.

Tableau 7 Action menée dans une perspective RSE.

Perspective RSE	Effectifs	Pourcentage
Oui	35	70.00
Non	15	30.00
Total	50	100.00

Source : L'auteur.

I.1.2 contribution à la résolution des problèmes.

La contribution à la résolution des problèmes de la société fait partir des obligations RSE. Il ressort des informations contenues au niveau du tableau ci-dessus que 50% des individus de notre échantillon estime que la contribution à la résolution des problèmes est la résultante d'une démarche volontaire, elle résulte d'un mimétisme pour certains (16%) des pressions légales (16%) et enfin d'une obligation légale (18%).

Tableau 8 contribution de l'entreprise a la résolution des problèmes.

Contribution à la résolution des problèmes	Effectifs	Pourcentage
D'une démarche volontaire	25	50.00
Du mimétisme ou d'un effet de mode	8	16.00
Des pressions de la société	8	16.00
D'une obligation légale	9	18.00
Total	50	100.00

Source : L'auteur.

I.1.3 Estimation du montant alloué aux actions sociales.

Le tableau ci-dessous nous donne les estimations des montants alloués par les PME aux actions sociales. Il ressort des informations contenues au niveau du tableau ci-dessus que la plus grande proportion (58%) des PME alloue entre 0-1 million aux actions sociales, 14%

alloue entre 1-2 million, 6% alloue respectivement 3-4 et 5-6 millions. Par contre 1% alloue respectivement 7-8 et 9-10 millions aux actions sociales.

Tableau 9 estimation des montants alloués aux actions sociales

Estimation du montant Alloué	Effectifs	Pourcentage
0 -1	29	58.00
1-2	7	14.00
3-4	6	12.00
5-6	6	12.00
7-8	1	2.00
9-10	1	2.00
Total	50	100.00

Source : L'auteur.

I.1.4 Provenance des fonds alloués aux actions sociales.

Le tableau ci-dessus nous donne les informations sur la provenance des fonds alloué aux actions sociales par les PME de notre échantillon. Il ressort de ce dernier que pour 36% des individus de notre échantillon les fonds proviennent principalement des quote part du profit, pour 34% du budget annuel et enfin pour 30% restant du pourcentage du chiffre d'affaire.

Tableau 10 Provenance des fonds a alloués aux actions sociales.

Quelle est la provenance de ces fonds ?	Effectifs	Pourcentage
le budget annuel	17	34.00
la quote part du profit	18	36.00
le pourcentage du chiffre d'affaire	15	30.00
Total	50	100.00

Source : L'auteur.

I.1.4 Mobile de la pratique de la RSE au sein de la structure.

Le tableau ci-dessus nous donne les véritables motivations de la pratique de la RSE par les PME de notre échantillon. Il ressort de ce dernier que pour 46% des individus de notre échantillon cette pratique est la résultante d'un souci de développer les collectivités, 24% estiment que cette stratégie est une forme de publicité, pourtant 14% estime que derrière cette

action se cache le rachat des consciences et enfin pour 5% la pratique de la RSE résulte du souci de préserver l'environnement.

Tableau 11 mobile de la pratique de la RSE par la structure.

Véritable mobile de la pratique	Effectifs	Pourcentage
Rachat des consciences	7	14.00
un souci de développer les collectivités	23	46.00
une forme de publicité	12	24.00
un souci de préserver votre environnement commun environnement	5	10.00
la faveur du gouvernement	3	6.00
Total	50	100.00

Source : L'auteur

I.2 RSE et création de la valeur.

Dans cette section il sera question pour nous de présenter à partir des tableaux croisés l'effet de la RSE sur la création de la valeur.

I.2.1 RSE et accroissement des ventes.

Le tableau ci-dessus nous donne les informations sur la pratique de la RSE et l'accroissement des ventes. Il ressort de ce dernier que pour 62% des PME la pratique de la RSE leur a permis d'accroître leur vente, toutefois nous constatons aussi que pour 38% d'entre elle le résultat n'a pas été le même.

Tableau 12 RSE et accroissement des ventes.

accroissement de vos ventes	Effectifs	Pourcentage
Oui	31	62.00
Non	19	38.00
Total	50	100.00

Source : L'auteur.

I.2.2 RSE et image citoyenne.

Le tableau ci-dessus nous donne les informations sur l'effet de la RSE sur l'image de l'entreprise. Nous constatons que pour 64% des PME de notre échantillon la pratique de la

RSE leur permet d'avoir une image d'entreprise citoyenne. Toutefois pour 36% des PME la pratique de la RSE ne leur permet pas d'avoir une image d'entreprise citoyenne.

Tableau 13 RSE et image citoyenne de l'entreprise.

Avoir une image d'entreprise Citoyenne	Effectifs	Pourcentage
Oui	32	64.00
Non	18	36.00
Total	50	100.00

Source : L'auteur.

I.2.3 RSE et accroissement des bénéfices.

Le tableau ci-dessus nous donne les informations sur le lien entre la RSE et l'accroissement des bénéfices au niveau des PME. Nous constatons que 62% des PME estime que la pratique de la RSE accroît les bénéfices de ces dernières. Par contre 38% estime le contraire. Toutefois à partir de ses résultats nous pouvons déjà déduire l'importance de la pratique de la RSE sur les bénéfices des entreprises.

Tableau 14 RSE et accroissement des bénéfices.

RSE et accroissement des Bénéfices	Effectifs	Pourcentage
Oui	31	62.00
Non	19	38.00
Total	50	100.00

Source : L'auteur.

I.2.4 Pratique de la RSE et obtention de meilleurs contrats

D'après le tableau ci-dessus nous constatons que la pratique de la RSE par les PME leur permet d'avoir de meilleurs contrats (56% des PME) par contre pour 44% d'entre elles la pratique de la RSE ne leur permet pas d'avoir de meilleur contrat.

Tableau 15 Pratique de la RSE et obtention de meilleurs contrats.

Pratique de la RSE et obtention de meilleurs contrats	Effectifs	Pourcentage
Oui	28	56.00
Non	22	44.00
Total	50	100.00

Source : L'auteur.

I.2.5 Pratique RSE et retour sur investissement.

Dans le cadre de cette étude nous nous sommes intéressés au lien entre pratique RSE et retour sur investissement. Il ressort du tableau ci-dessus que pour 54% des PME la pratique de la RSE assure le retour sur investissement. Par contre une proportion non négligeable (46%) est unanime sur le fait que la pratique de la RSE assure un meilleur retour sur investissement

Tableau 16 Retour sur investissement.

Retour sur investissement	Effectifs.	Percent
Oui	27	54.00
Non	23	46.00
Total	50	100.00

Source : L'auteur.

II. RSE et performance sociale.

Dans le cadre de cette étude nous nous sommes attardés sur le lien entre pratique de la RSE et performance sociale des entreprises.

II.1 connaissance de la RSE et la performance sociale.

Le tableau ci-dessus nous donne les informations sur la connaissance de la performance sociale par les PME de notre échantillon. Il ressort du tableau ci-dessous que 56% des individus de notre échantillon estime connaître la connaissance de la performance sociale. Pourtant 44% des individus pensent ne pas connaître ce qu'on appelle performance sociale.

Tableau 17 Connaissance de la performance sociale

Connaissance de la performance sociale	Effectifs	Pourcentage
Oui	28	56.00
Non	22	44.00
Total	50	100.00

Source : L'auteur.

II.1.2 Actions menées et performance sociale.

D'après le tableau ci-dessus nous constatons que les actions menées par les PME sont susceptibles d'accroître leur performance sociale. En effet, 54% des PME estiment que les actions menées accroissent leur performance sociale. Par contre 46% des PME estime le contraire.

Tableau 18 Actions menée et performance sociale.

Actions menées et performance Sociale	Effectifs	Pourcentage
Oui	27	54.00
Non	23	46.00
Total	50	100.00

Source : L'auteur.

SECTION 2 : LIEN ENTRE RSE ET CREATION DE LA VALEUR.

Dans cette section nous présenterons tout d'abord le lien entre la RSE et la création de la valeur au niveau des PME ensuite nous ferons quelques recommandations.

II.1 RSE et accroissement des ventes.

La statistique de Pearson fournie au niveau du tableau ci-dessous nous donne le seuil avec lequel on rejeter l'hypothèse nulle. Dans le cadre des résultats de notre analyse, l'hypothèse nulle est fortement acceptée car Pr qui est égale à 0.11 est supérieur à 0.05 ($Pr > 0.05$). La pratique de la RSE améliore les ventes des PME. En d'autres termes il existe un lien positif entre pratique de la RSE et amélioration des ventes.

Tableau 19 Pratique de la RSE et amélioration des ventes.

Pratique de la RSE	Amélioration des ventes		Total
	Oui	non	
Oui	31	4	35
Non	9	1	10
Total	40	5	45
Pearson $\chi^2(1) = 0.1161$ Pr = 0.899			

Source : L'auteur.

II.1.2 RSE et accroissement des bénéfices.

La statistique de Pearson fournie au niveau du tableau ci-dessous nous donne le seuil avec lequel on rejeter l'hypothèse nulle. Dans le cadre des résultats de notre analyse, l'hypothèse nulle est fortement acceptée car Pr qui est égale à 0.77 est supérieur à 0.05 ($Pr > 0.05$). La pratique de la RSE améliore les bénéfices des PME. En d'autres termes il existe un lien positif entre pratique de la RSE et amélioration des bénéfices.

Tableau 20 Pratique de la RSE et amélioration des bénéfices.

Pratique de la RSE	Amélioration des bénéfices		Total
	Oui	non	
Oui	27	4	31
Non	13	1	14
Total	40	5	45
Pearson $\chi^2(1) = 0.77$ Pr = 0.899			

Source : L'auteur.

II.1.3 RSE et accroissement de l'image.

La statistique de Pearson fournie au niveau du tableau ci-dessous nous donne le seuil avec lequel on rejeter l'hypothèse nulle. Dans le cadre des résultats de notre analyse, l'hypothèse nulle est fortement acceptée car Pr qui est égale à 0.77 est supérieur à 0.05 ($Pr > 0.05$). La pratique de la RSE améliore l'image des PME. En d'autres termes il existe un lien positif entre pratique de la RSE et amélioration de l'image.

Tableau 21 Pratique de la RSE et amélioration de l'image.

Pratique de la RSE	Amélioration des bénéfices		Total
	Oui	non	
Oui	27	4	31
Non	13	1	14
Total	40	5	45
Pearson $\chi^2(1) = 0.77$ Pr = 0.899			

Source : L'auteur.

II.1.4 RSE et accroissement des contrats

La statistique de Pearson fournie au niveau du tableau ci-dessous nous donne le seuil avec lequel on rejeter l'hypothèse nulle. Dans le cadre des résultats de notre analyse, l'hypothèse nulle est fortement acceptée car Pr qui est égale à 0.66 est supérieur à 0.05 ($Pr > 0.05$). La pratique de la RSE améliore le nombre des contrats obtenu par les PME. En d'autres termes il existe un lien positif entre pratique de la RSE et augmentation du nombre de contra.

Tableau 22 Pratique de la RSE et amélioration des contrats.

Pratique de la RSE	Amélioration des bénéfices		Total
	Oui	non	
Oui	28	6	32
Non	12	1	13
Total	40	5	45
Pearson $\chi^2(1) = 0.66$ Pr = 0.899			

Source : L'auteur.

II.1.4 RSE et retour sur investissement.

La statistique de Pearson fournie au niveau du tableau ci-dessous nous donne le seuil avec lequel on rejeter l'hypothèse nulle. Dans le cadre des résultats de notre analyse, l'hypothèse nulle est fortement acceptée car Pr qui est égale à 0.66 est supérieur à 0.05 ($Pr > 0.05$). La pratique de la RSE améliore le retour sur investissement des PME. En d'autres termes il existe un lien positif entre pratique de la RSE et retour sur investissement.

Tableau 23 Pratique de la RSE et amélioration et retour sur investissement.

Pratique de la RSE	Amélioration des bénéfices		Total
	Oui	Non	
Oui	28	6	32
Non	12	1	13
Total	40	5	45
Pearson $\chi^2(1) = 0.66$ Pr = 0.899			

Source : L'auteur.

Nous avons présentés les différentes statistiques descriptives de nos études. Dans la section suivante nous allons vous

II.2 RECOMMANDATIONS.

De plus en plus, toute entreprise se veut citoyenne parce que concourante à la recherche des financements qui sont influencés par les variables externes et internes. L'enjeu de la RSE résulte au départ de la demande de la société civile d'une entreprise. Notamment des problèmes d'environnement planétaire rencontrés depuis les années 1970. La RSE trouve aussi une inspiration dans la philosophie : agir local, penser local René Duboss (2002). Il s'agit alors d'intégrer le contexte mondial et local dans la réflexion (citoyenneté d'entreprise). La RSE est donc souvent comprise comme la mise en œuvre dans l'entreprise des concepts du développement durable, qui intègre les trois piliers environnementaux, sociaux et économiques. Elle devient donc une arme pour l'entreprise qui est toujours à la quête des stratégies nouvelles pour s'intégrer dans son milieu économique ; l'intégration étant aussi fonction du financement d'où l'influence le principe équilibreur qui est utilisé par des grandes banques internationales. Partant de la théorie et des limites observées lors de nos enquêtes, les recommandations suivantes peuvent contribuer au développement des PME d'après les principes RSE :

- ❖ Améliorer le bien-être des salariés au travail pour avoir une meilleure performance de ceux-ci. Le bien-être des employés permet une productivité des employés et donc de meilleurs résultats pour l'entreprise ;
- ❖ Améliorer également la santé et l'hygiène au travail ;
- ❖ Faire des formations sur la RSE à l'ensemble du personnel. L'un des grands enjeux pour assoir une stratégie RSE, c'est la formation RSE des salariés. Beaucoup de salariés ne saisissent pas tout à fait ce qu'est la RSE, ni ses enjeux, ni ses aboutissements. Passer quelques demi-journées à former les salariés à ces sujets, et s'assurer qu'ils soient tous bien informés et qu'ils puissent participer plus efficacement à sa mise en place. Car les premiers maillons d'une entreprise et donc de sa stratégie RSE, ce sont les salariés ;
- ❖ Participer au développement économique local en choisissant des partenaires locaux. Cela favorise l'emploi local en choisissant des partenaires locaux, des fournisseurs de votre région. Cela permet le développement économique local ;

- ❖ Intégrer la RSE au plan de communication. La communication n'est pas seulement de vanter les mérites de son produit. Aujourd'hui communiquer, c'est raconter l'engagement de son entreprise, pour la société ou pour la planète ;
- ❖ Fixer des objectifs de performance RSE aux managers. Le meilleur moyen d'engager les équipes sur la RSE, c'est de fixer les objectifs chiffrés aux managers afin que la RSE devienne aussi importante que la performance financière ;
- ❖ Assujettir la rémunération des dirigeants et managers aux critères RSE. Certaines entreprises alignent la rémunération de leur top managers sur leur réussite dans les critères RSE ;
- ❖ Le top management devrait prendre en compte l'aspect environnemental, ensuite l'aspect social de la PME pour rendre celle-ci citoyenne parce que le développement de la PME par la mobilisation des finances et les banques sont de plus en plus exigeantes sur les problèmes de citoyenneté parce que la citoyenneté est devenue un gage de sécurisation d'un crédit bancaire

CONCLUSION GENERALE

La recherche concernant la responsabilité sociale de l'entreprise et la création de la valeur comptable a fait l'objet de nombreuses études dans le monde, ainsi qu'au Cameroun en particulier.

Notre étude visait donc à montrer que la crédibilité RSE influençait la création de la valeur comptable dans les PME de la ville de Yaoundé. Pour mener à bien ce projet, nous avons subdivisé notre mémoire en deux parties, donc la première intitulée cadre théorique de la responsabilité sociale des entreprises et de la création de la valeur comptable dans les pme de la ville de Yaoundé qui comporte deux chapitres. Le premier chapitre traite des différentes définitions et dimensions de la RSE, du principe fondateur de la RSE, de la théorie et de la notion de création de la valeur comptable. Depuis plusieurs années, la RSE apparait sur plusieurs débats qui correspondent à l'intégration pour l'entreprise d'atteindre les objectifs sociaux et environnementaux voire économiques. Pris sur cet angle, on peut dire que le construit RSE apparait comme la concrétisation de l'intégration de préoccupation et d'éthique dans le domaine de l'entreprise Sartré (2003) ; qui semble être régit par la seule logique de profit. De ce fait, on assiste à une conciliation de l'éthique et de l'économie au sein de l'entreprise d'où les principales perceptions de la RSE. Le concept de la création de la valeur étant pluraliste dans la littérature, il fait aujourd'hui l'objet d'un vaste débat entre les chercheurs ; car son contenu est variable et entraîne des pratiques formes nous l'avons énoncé avec plusieurs critères. Le chapitre deux quant à lui avait pour objectif le lien entre la RSE et la création de la valeur comptable dans les PME.

La deuxième partie est intitulée évaluation empirique de l'impact de la RSE sur la création de la valeur comptable dans les pme de la ville de Yaoundé qui regroupe deux chapitres : le chapitre trois présentation du cadre d'étude et approche méthodologique qui nous a permis de présenter le cadre d'étude des PME et démontrer la méthodologie utilisée tandis que le chapitre quatre présente les résultats, les interprétations et les recommandations. Lors de l'administration du questionnaire, ce dernier a été administré auprès de 50 employés. En nous appuyant sur les données recueillies, nous avons constaté quelques manquements de la RSE au sein de certaines PME parmi lesquels, santé au travail. Ce qui nous a permis de déboucher sur des recommandations suivantes :

- Améliorer le bien-être des salariés au travail pour avoir une meilleure performance de ceux-ci. Le bien-être des employés permet une productivité des employés et donc de meilleurs résultats pour l'entreprise ;
- Améliorer également la santé et l'hygiène au travail ;
- Faire des formations sur la RSE à l'ensemble du personnel. L'un des grands enjeux pour asseoir une stratégie RSE, c'est la formation RSE des salariés. Beaucoup de salariés ne saisissent pas tout à fait ce qu'est la RSE, ni ses enjeux, ni ses aboutissements. Passer quelques demi-journées à former les salariés à ces sujets, et s'assurer qu'ils soient tous bien informés et qu'ils puissent participer plus efficacement à sa mise en place. Car les premiers maillons d'une entreprise et donc de sa stratégie RSE, ce sont les salariés ;
- Participer au développement économique local en choisissant des partenaires locaux. Cela favorise l'emploi local en choisissant des partenaires locaux, des fournisseurs de votre région. Cela permet le développement économique local ;
- Intégrer la RSE au plan de communication. La communication n'est pas seulement de vanter les mérites de son produit. Aujourd'hui communiquer, c'est raconter l'engagement de son entreprise, pour la société ou pour la planète ;
- Fixer des objectifs de performance RSE aux managers. Le meilleur moyen d'engager les équipes sur la RSE, c'est de fixer les objectifs chiffrés aux managers afin que la RSE devienne aussi importante que la performance financière ;
- Assujettir la rémunération des dirigeants et managers aux critères RSE. Certaines entreprises alignent la rémunération de leur top managers sur leur réussite dans les critères RSE ;
- Le top management devrait prendre en compte l'aspect environnemental, ensuite l'aspect social de la PME pour rendre celle-ci citoyenne parce que le développement de la PME par la mobilisation des finances et les banques sont de plus en plus exigeantes sur les problèmes de citoyenneté parce que la citoyenneté est devenue un gage de sécurisation d'un crédit bancaire

En somme, la RSE et la création de la valeur comptable doivent être améliorées au sein de certaines PME pour le bien-être de ses employés.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Bowen, H. R., (1953). « Social responsibility of businessman », Harper & Brothers, New York,
- Capron, M. et Quairel-Lanoizelée., (2012), La responsabilité sociale d'entreprise, la Découverte, 126 pages.
- Capron, M. et F. Quairel-Lanoizelée F., (2004). « Mythe et réalités de l'entreprise responsable », Edition la Découverte-Paris, résumé de l'ouvrage par Peyron V., (2005-2006).
- Caroll, A. B., (1979). « A threeDimensionalConceptual Model of Corporate Performance », Academy of Management Review.
- Charreaux, G., (1998), la mesure de création de valeur des entreprises, Banque & Marché, N°34, mai-juin
- ConferenceBoard Canada, Site internet: WWW.conferenceboard.ca/ccbc/csr/topic/default.htm
- Commission de l'UE (2001). Livre vert « Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises », Bruxelles <http://europa.eu>
- Dejean, F., et GOND J-P., (2007). « La responsabilité sociale des entreprises : enjeux stratégique et méthodologique de recherche », Finance Contrôle Stratégie, vol. 7, 2004. P44
- Donaldson, et Preston L.E., (1995). The Stakeholders Theory of the corporation, concept, Evidence, and Implications, Academy of Management Review, Vol20, N°1, pp 65-91
- Elkington, J., (1997). CannibalsWithfoeks, the triple bottomlines of the 21 st centuryBusiness, Oxford, CapstonePublishing
- Freeman, M., (1984). Strategie Management : A StakeholderApproch ; Boston, Pitman.
- Friedman, M., (1970). « The Social Responsibility of Business is to increase its profits », The New York Time Magazine, pp. 1-6 pages

Fayol H. (1916), « Administration industrielle et générale », Bulletin de la société de l'Industrie Minérale, n°10, 5-164, Rééditions régulières par Dunod depuis 1918.

Freeman, R.E., Reed, L.R. 1983. Stockholders and Stakeholders : a new Perspective on CorporateGovernance, California Management Rewiew, vol 25, n°3, 88-106

Friedman M., (1962), « Capitalism and Freedom », The University of Chicago Press

Galbraith J. (1977), Organization design, Reading : Addison-Wesly

Gray R. etBebbington J. et Walters D. (2001), Accounting for environment, SAGE publications, London

Gray R., Bebbington J. (2001), Accounting for the Environment, Markus Wiener Publishers, Princeton.

Harold Johnson, 1971, « Business in contemporary society : Framework and Issues »

Jacques Richard Christine Collette ; Comptabilité générale : Système français et normes IFRS. Dunod, Paris, 2008

JoelNtsonde, Franck Aggeri. Repenser la RSE dans le contexte d'un pays en voie de développement, le cas de l'économie circulaire au Cameroun. RIODD, Oct 2017, Paris, France.

Knowledge @ Wharton, (Jeudi 31 mai 2012), Comment la RSE est devenue stratégie

Mikol A. (1995), « La comptabilité générale : Système français et norme IFRS. Dunod, Paris, 2008

MoezEssid. Les mécanismes de contrôle de la performance globale : le cas des indicateurs non financiers de la RSE. Science de l'Homme et Société. Université Paris Sud- Paris XI, 2009. Français.

MOSKOLAI, D. D., 2016, La Responsabilité Sociétale des Entreprises au Cameroun : miroir aux alouettes ou évidence, (3,4), pp.53-71, www.revue-rms.fr, VA Press.

OndouaBiwolé, V. (2017). Nouvelles voies théoriques et méthodologiques pour une meilleure compréhension de l'engagement des PME à la RSE : état de l'art de 2005 à 2015. Revue Internationale P.M.E., 30(2), 115-143.

Quairel F. (2006), « Contrôle de la performance globale et RSE », Actes du Congrès de l'association Francophone de Comptabilité ;

Wood D. (1991), « Corporate social performance revisited », Academy of Management Review, vol.16, n°4, pp. 691-718.

Yvonne Muller-Lagarde. La responsabilité sociale des entreprises (RSE) et l'outil comptable. La RSE saisie par le droit, 2016.

TABLE DE MATIÈRES

AVERTISSEMENTS.....	ii
DEDICACE	iv
REMERCIEMENTS	v
LISTE DES TABLEAUX.....	vi
LISTE DES FIGURES ET GRAPHIQUES.....	vii
LISTE DES ABREVIATIONS.....	viii
RESUME	ix
INTRODUCTION GENERALE.....	1
Contexte et justifications	2
Problématique.....	4
Objectif.....	4
Hypothèse.....	4
Méthodologie.....	5
Plan de l'étude.....	5
PREMIERE PARTIE :	6
CADRE THEORIQUE DE LA ESPONSABILITE SOCIALE DES ENTREPRISES ET DE LA CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DANS LES PME DE LA VILLE DE YAOUNDE.....	6
CHAPITRE I :.....	7
SECTION I- HISTORIQUES ET LES PRINCIPALES PERCEPTIONS DE LA RESPONSABILITE SOCIALE DE L'ENTREPRISE.....	7
1-1) Historique de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise	7
1.1.1 Les principes fondateurs de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise	9
a) Quelques siècles auparavant.....	9
b) Le paternalisme	9
c) Le socialisme	10
d) L'émergence de la RSE et le XX^{ème} siècle.....	11
e) Les nouvelles responsabilités des entreprises avec la RSE	11
1-2) Les définitions et les dimensions de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise	13
1-2-1) Définitions de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise et spécificité pour les entreprises.....	13
Tableau 1 : les différentes définitions	13
1-2-2) Différentes dimensions de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise.....	15
Tableau 2 : niveaux et nature des responsabilités sociales de l'entreprise	16
1-3) Les mesures et comportement stratégiques face à la Responsabilité Sociale de l'Entreprise	17

1-3-1) Les mesures de Responsabilité Sociale de l'Entreprise.....	18
1-3-2) Productivité de l'entreprise une mesure de la RSE	18
Tableau 3 : les mesures de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise	20
SECTION II. REVUE DE LA LITTERATURE AUTOUR DU CONCEPT DE CREATION DE VALEUR DANS LES PME.	
II-1) CREATION DE VALEUR ET CRITERES D'APPRECIATION	22
II-1-1) Création de valeur d'entreprise : un concept multidimensionnel	22
II-1-2) Les critères d'appréciation de la création de valeur.....	22
II-2) CREATION DE VALEUR : INDICATEURS ET OUTILS DE PILOTAGE	23
II-2-1) Les indicateurs de mesure de la création de valeur.....	24
CHAPITRE II :	26
RELATION THEORIQUE ENTRE LA RSE ET LA CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DANS LES PME	26
SECTION I : FONDEMENTS THEORIQUES DE LA RELATION ENTRE LA RSE ET LA CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DES PME	
I-1) LA THEORIE DES PARTIES PRENANTES	27
I-1-1) Les approches de la théorie des parties prenantes.....	28
I-2) THEORIES NEO INSTITUTIONNELLES DE LA LEGALITE.....	30
I-3) LA THEORIE DES RESSOURCES.....	31
SECTION II : ANALYSE THEORIQUE DE L'IMPACT DE LA RSE ET LA CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DANS LES PME	
II-1) PRISE EN COMPTE DES ATTENTES DES EMPLOYES : UN LEVIER D'AMELIORATION DE LA CREATION DE VALEUR.....	32
II-1-1) Lien entre la prise en compte des attentes des employés et la rentabilité financière	32
II-1-2) Prise en compte des attentes des employés comme gage de la productivité des PME	34
II-1-3) Contribution des employés à la rentabilité financière des PME	35
II-2) PRISE EN COMPTE DES ATTENTES DES CLIENTS ET PROFITABILITE DES PME... ..	36
II-2-1) Lien théorique entre la prise en compte des attentes des clients et la profitabilité	36
II-2-2) Perception des clients vis-à-vis de la RSE et profitabilité des PME.....	36
II-2-3) Diffusion des actions RSE par la fonction marketing : un moyen de croissance du chiffre d'affaires.....	38
II-2-4) L'influence de la création de valeur pour le client sur le chiffre d'affaires de l'entreprise ...	39
DEUXIEME PARTIE :	42
EVALUATION EMPIRIQUE DE L'IMPACT DE LA RSE SUR LA CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DANS LES PME DE LA VILLE DE YAOUNDE.....	
CHAPITRE III :	43
PRESENTATION DU CADRE D'ETUDE ET APPROCHE METHODOLOGIQUE	43
SECTION I : PRESENTATION DU CADRE D'ETUDE DES PME.....	
I-1) Définition de la PME selon le ministère de l'économie.....	43

Tableau 4 : Typologie des PME camerounaises.....	44
I-2) Définition de la PME selon le MINPMEESA	45
Tableau 5 : Critères utilisés par le MINPMEESA pour définir la PME.....	45
I-3) Les caractéristiques des PME.....	46
II-1) CONTRIBUTION DES PME CAMEROUNAISES A L'ECONOMIE ET CONTRAINTE DE DEVELOPPEMENT.....	47
II.2.1) Contribution de la PME dans l'économie Camerounaise.....	47
II.2.2) Les contraintes au développement des PME Camerounaises.....	48
SECTION II : Méthodes d'analyse.....	48
II.1 méthodes de collecte des données.	49
➤ Présentation du questionnaire et population cible.....	49
II.1.1 Analyse descriptive.....	50
II.1.2 Présentation des variables sociodémographiques.....	50
Figure 1 Tranche d'âge.....	51
Figure 2 Sexe du répondant.....	51
Figure 3 Diplôme des répondants.....	52
Figure 4 : statut matrimonial	52
Figure 5 Branche d'activité.....	53
CHAPITRE IV :.....	54
SECTION I : CONNAISSANCE SUR LA RSE ET PROCESSUS SOCIAL.....	54
I. CONNAISSANCE ET FONCTIONNEMENT DE LA RSE.....	54
I.1 connaissance de la RSE.....	54
Tableau 6 Connaissance de la RSE.....	54
I.1.1 Actions menées dans une perspective RSE.....	55
Tableau 7 Action menée dans une perspective RSE.....	55
I.1.2 contribution à la résolution des problèmes.....	55
Tableau 8 contribution de l'entreprise a la résolution des problèmes.....	55
I.1.3 Estimation du montant alloué aux actions sociales.....	55
Tableau 9 estimation des montants alloués aux actions sociales.....	56
I.1.4 Provenance des fonds alloués aux actions sociales.....	56
Tableau 10 Provenance des fonds a alloués aux actions sociales.....	56
I.1.4 Mobile de la pratique de la RSE au sein de la structure.....	56
Tableau 11 mobile de la pratique de la RSE par la structure.....	57
I.2 RSE et création de la valeur.....	57
I.2.1 RSE et accroissement des ventes.....	57
Tableau 12 RSE et accroissement des ventes.....	57
I.2.2 RSE et image citoyenne.....	57
Tableau 13 RSE et image citoyenne de l'entreprise.....	58

I.2.3 RSE et accroissement des bénéfices.	58
Tableau 14 RSE et accroissement des bénéfices.	58
I.2.4 Pratique de la RSE et obtention de meilleurs contrats	58
Tableau 151 Pratique de la RSE et obtention de meilleurs contrats.....	59
I.2.5 Pratique RSE et retour sur investissement.	59
Tableau 2 Retour sur investissement.	59
II. RSE et performance sociale.....	59
II.1 connaissance de la RSE et la performance sociale.	59
Tableau 3 Connaissance de la performance sociale	60
II.1.2 Actions menées et performance sociale.....	60
Tableau 4 Actions menée et performance sociale.	60
SECTION 2 : LIEN ENTRE RSE ET CREATION DE LA VALEUR.	60
II.1 RSE et accroissement des ventes.	60
Tableau 5 Pratique de la RSE et amélioration des ventes.	61
II.1.2 RSE et accroissement des bénéfices.	61
Tableau 20 Pratique de la RSE et amélioration des bénéfices.....	61
II.1.3 RSE et accroissement de l’image.....	61
Tableau 21 Pratique de la RSE et amélioration de l’image.	61
II.1.4 RSE et accroissement des contrats.....	62
Tableau 22 Pratique de la RSE et amélioration des contrats.	62
II.1.4 RSE et retour sur investissement.	62
Tableau 23 Pratique de la RSE et amélioration et retour sur investissement.	62
CONCLUSION GENERALE.....	65
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	67
ANNEXES.....	74

ANNEXES

Questionnaire d'enquête

QUESTIONNAIRE SUR LA RESPONSABILITE SOCIALE DES ENTREPRISES ET LA CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DANS LES PME DE LA VILLE DE YAOUNDE

Madame, Monsieur, dans le cadre de la rédaction d'un mémoire en vue de l'obtention du Diplôme de Professeur d'Enseignement Technique grade 2 (DIPET II). Nous nous sommes intéressées au thème : « **LA RESPONSABILITE SOCIALE DES ENTREPRISES ET LA CREATION DE LA VALEUR COMPTABLE DANS LES PME DE LA VILLE DE YAOUNDE** »

Nous vous prions de contribuer à notre rédaction en voulant bien répondre à ce questionnaire. Nous nous engageons à préserver de ce fait votre anonymat et à n'utiliser les informations recueillies qu'à des fins strictement universitaires. Veuillez sélectionner le numéro correspondant à la question s'il vous plait.

STRICTEMENT CONFIDENTIEL ET A BUT NON FISCAL

Les informations collectées au cours de cette enquête sont strictement confidentielles au terme de la loi N° 91/023 du 16 décembre 1991 sur les Recensements et Enquêtes Statistiques qui stipulent en son article 5 que « les renseignements individuels d'ordre économique ou financier figurant sur tout questionnaire d'enquête statistique ne peuvent en aucun cas être utilisés à des fins de contrôle ou de répression économique ».

NUMERO DU QUESTIONNAIRE		_ _ _
CARACTÉRISTIQUES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES		
01	Quel est votre tranche d'âge ? 1 – moins de 15 ans 2- 15-20 ans 3-21-25 4-26-30 ans 5-31-35 ans 6- 36-40 ans 7-41-45 ans 8- 46-50 ans 9= plus de 50 ans.	_
02	SEXE 1=Féminin 2=Masculin	_
03	Diplôme 1- Sans diplôme 2= CEPE 3= BEPC 4=PROBATOIRE 5= BAC 6=DEUG, BTS.. 7 =LICENCE 8=MASTER 9=DOCTORAT	_
04	Statut matrimonial 1= Marié 2= Divorcé 3= Célibataire 4=Veuf/veuve	_
05	Branche d'activité 1- Agriculture, élevage, pêche 2- Agroalimentaire 3-confection 4-BTP 5-commerce de gros 6-commerce de détail 7-transport 8-restauration 9- Réparation 10-autres services.	_
CONNAISSANCE EN RSE		
06	Avez-vous déjà entendu parler de la RSE ? 1= Oui 2= Non	_
07	Avez-vous le sentiment de mener des actions dans une perspective RSE ? 1= Oui 2= Non	_
L'ENTREPRISE ET LE PROCESSUS SOCIAL		
08	Est-ce que le fait que votre entreprise contribue à la résolution des problèmes de la société relève : 1-D'une démarche volontaire 2-Du mimétisme ou d'un effet de mode 3-Des pressions de la société 4-D'une obligation légale	_
09	Quelle est l'estimation du montant alloué aux actions sociales dans votre structure (en million de fcfa) 1- (0 -1) ; 2-(1-2) ; 3- (3-4) ; 4- (5-6) 5-(7-8) ; 6- (9-10) ; 7- plus de 10	_
10	Quelle est la provenance de ces fonds ? 1-le budget annuel 2-la quote part du profit 3- le pourcentage du chiffre d'affaire 4-autre à préciser.....	_

11	<p>Quel est pour votre structure le véritable mobile de cette pratique sociale ?</p> <p>1-Rachat des consciences (réparation du tort causé à la société)</p> <p>2- un souci de développer la collectivité 3- une forme de publicité</p> <p>4- un souci de préserver votre commun environnement 5- la faveur du gouvernement 6- autres à préciser.....</p>	<input type="checkbox"/>
RSE ET CREATION DE LA VALEUR		
12	<p>La pratique de la RSE vous a permis d'accroître vos ventes</p> <p>1-oui 2-non</p>	<input type="checkbox"/>
13	<p>La pratique de la RSE vous a permis d'avoir une image d'entreprise citoyenne</p> <p>1-oui 2-non</p>	<input type="checkbox"/>
14	<p>La pratique de la RSE vous a permis d'accroître vos bénéfices</p> <p>1-oui 2-non</p>	<input type="checkbox"/>
15	<p>La pratique de la RSE vous a permis d'obtenir de meilleurs contrats</p> <p>1-oui 2-non</p>	<input type="checkbox"/>
16	<p>La pratique de la RSE vous a permis d'obtenir un meilleur retour sur investissement</p> <p>1-oui 2-non</p>	<input type="checkbox"/>
CONNAISSANCE SUR LA PERFORMANCE SOCIALE		
17	<p>Avez-vous une idée sur la performance sociale ?</p> <p>1= OUI 2= Non</p>	<input type="checkbox"/>
18	<p>Pensez-vous que les actions menées améliorent votre performance sociale ?</p> <p>1-oui 2-non</p>	<input type="checkbox"/>