

Éthique des affaires et responsabilité sociale des entreprises : cas de l'Algérie

*Business ethics and corporate social responsibility:
The case of Algeria*

Menel Ibtissem MANKOURI
Laboratoire de Recherche en
Management des Hommes et des
Organisations LARMHO

Université de Tlemcen.

Abdeslam BENDIABDELLAH
Laboratoire de Recherche en
Management des Hommes et des
Organisations LARMHO

Université de Tlemcen.

Résumé:

L'entreprise, en tant qu'acteur intéressant de la société ayant souvent un impact négatif sur l'environnement, a retenu l'attention d'un certain nombre de parties qui ont signalé différents problèmes éthiques. De ce fait, à partir des années 1970, des réflexions sur le business ethics, la bonne gouvernance et la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) se sont développées aux États-Unis. Cet article vise à mettre en exergue les aspects théoriques et historiques de l'éthique des affaires et la RSE, et les obstacles qui entravent leur application en Algérie.

Mots clés: entreprise, RSE, éthique des affaires, ISO 26000, Algérie

Abstract:

Company is an interesting actor of society having often a negative impact on the environment. It has attracted the attention of many parts that have reported different ethical problems. Because of this, from 1970, many reflections on business ethics, good governance and Corporate Social Responsibility (CSR) have been developed in the United States. This article aims at highlighting the theoretical and historical aspects of business ethics and CSR, also the obstacles that impede their application in Algeria

Keywords: company, CSR, business ethics, ISO 26000, Algeria

Introduction:

Plusieurs auteurs, comme Lacroix, considèrent que les sociétés se sont transformées progressivement en des « machines à produire de la richesse au détriment du bien être de ses membres » :¹ en fixant « le marché » comme la finalité la plus importante, la gestion a considéré l'être humain comme un simple moyen.² Par ailleurs, dans la recherche démesurée de profit, beaucoup d'organisations ont ignoré les impacts négatifs qu'elles pouvaient avoir sur l'environnement dans lequel elles évoluaient.

Progressivement, les entreprises se sont rendu compte des effets des activités de l'homme sur l'environnement et ont réalisé que le progrès technique ne pourra jamais résoudre les dégradations causées par ces activités. Alors, Dans ce monde turbulent, où toutes les sociétés se mondialisent, et la science est apparue comme une cause des dégradations de l'environnement, l'éthique s'élève comme une ultime expiation.³ La société postmoderne inscrit sa logique sur le recours à l'éthique afin de trouver « une réponse aux conséquences de cette perte des systèmes de sens ».⁴⁵

L'entreprise est devenue un acteur social qui ne peut prospérer que si son comportement est fondamentalement ancré dans les normes, les règles et les valeurs des sociétés dans lesquelles elles opèrent.⁶ Suite à ce développement, le vocabulaire économique a donné naissance à trois concepts profondément liés:⁷ l'éthique des affaires, le développement durable et la responsabilité sociale : « L'efficacité de l'entreprise doit certes être encadrée par la loi, mais elle doit aussi être prolongée par l'éthique et la responsabilité sociale, au sein d'un système de gouvernance dont la finalité est le bien commun ».⁸

À la fin du XX^e siècle, l'éthique a connu un regain d'intérêt dans les organisations. Alors qu'elle était un sujet presque tabou, l'éthique est, à l'aube de ce XXI^e siècle, devenue très « tendance » dans le domaine de la gestion. Aujourd'hui, l'éthique est considérée comme un besoin qui se fait sentir de façon de plus en plus pressante et impérieuse : Dalla Costa parle même de « l'impératif éthique », puisque dans son absence, toute forme de vie en société est intenable.⁹ De ce fait, le présent article va essayer de porter des réponses à la problématique suivante : comment peut-on expliquer cet engouement actuel pour l'éthique des affaires et la responsabilité sociale des entreprises? Quels sont les avantages de l'intégration de ces concepts ? Et, qu'en est-il des pratiques socialement responsables en Algérie ?

A ce titre, le but du présent papier est de fournir un panorama général des fondements historiques et théoriques de la RSE et l'éthique des affaires. Sans prétendre pouvoir rendre compte de toutes les théories et conceptions liées au thème, nous tenterons d'en restituer les plus saillantes. Notre réflexion s'articule en quatre axes, qui feront l'objet des sections successives : Avant de faire le lien entre l'éthique et la RSE, nous présenterons, d'abord, les définitions du concept de la RSE et ses principes selon la norme ISO 26000. Par la suite, nous nous intéresserons à l'explication du mouvement enregistré sur l'éthique des affaires, notamment entre 1959 et 1995. Nous aborderons, après, deux modèles conceptuels de la responsabilité sociale des entreprises à savoir : le modèle de Carroll (1979) qui a réuni les deux termes éthique et responsabilité sociale et le modèle de Wood (1991). Et enfin, nous mettrons en exergue la réalité de la RSE en Algérie.

1. La responsabilité sociale des entreprises : une nécessité à l'heure de la mondialisation

Le développement de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) qui, s'est propagé à travers le monde ces dernières années, est l'un des faits les plus marquants qui accompagne la mondialisation. Les entreprises sont considérées comme les seules organisations qui ont pu se transformer en des joueurs « mondiaux »¹⁰. Et par conséquent, La RSE trouve ses origines avec l'apparition d'une critique de cette mondialisation économique portée par la société.¹¹

Le conseil mondial des entreprises pour le développement (World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)) souligne que la RSE est :¹² « L'engagement des entreprises à adopter des comportements éthiques et à contribuer au développement économique tout en améliorant la qualité de la vie des employés, de leurs familles ainsi que de la communauté locale et de la société dans son ensemble. ».

On retrouve cette nécessité de responsabilité dans une société mondiale clairement exprimée, aussi, dans la Charte de la Terre¹³, dont son préambule mérite d'être mentionner dans ce travail: ¹⁴« Nous nous trouvons à un moment déterminant de l'histoire de la terre, le moment où l'humanité doit décider de son avenir. Dans un monde de plus en plus interdépendant et fragile, le futur est à la fois très inquiétant et très prometteur (...) Nous devons unir nos efforts pour donner naissance à une société mondiale durable, fondée sur le respect de la nature, les droits universels de l'être humain, la justice économique et une culture de la paix. Dans ce but, il est impératif que nous, les peuples de la terre, déclarions notre responsabilité les uns envers les autres, envers la communauté de la vie ainsi qu'envers les générations futures. »

Pour bien cerner le concept, Michel Capron a spécifié trois grandes conceptions de la responsabilité sociale des entreprises :¹⁵

- D'abord, une conception éthique qui revient à l'époque du paternalisme d'entreprise : elle se manifeste de manière volontaire, notamment par des actions philanthropiques, de charité et de mécénat, des actions correctrices des impacts négatifs de l'activité économique sur l'environnement. La conception fait toujours partie des pratiques managériales aux Etats-Unis.

- Ensuite, une conception stratégique utilitariste qui met le lien entre la performance sociale et économique de l'entreprise: cette dernière doit se soucier de son image de marque par la veille à satisfaire les attentes de ses parties prenantes. Cette conception se caractérise aussi par des démarches volontaires accompagnées parfois avec des pratiques de co-régulation avec certain nombre de parties prenantes (syndicats et ONG). cette forme est très répandue en Europe, elle est mise en avant par la Commission de l'Union européenne pour favoriser l'engagement responsable des entreprises.

- Et enfin, une conception politique de « soutenabilité » qui insiste sur l'insertion de l'entreprise dans la société : l'entreprise est au cœur d'un monde qui fait face à des crises économiques, sociales et environnementales. Donc, elle doit assurer la contribution au bien commun en intégrant des objectifs sociaux et environnementaux à la configuration managériale de l'entreprise, ce qui nécessite l'implication de toute l'organisation à anticiper et prévenir ces crises avant même qu'elles ne surviennent. cette conception est encore très récente et n'a pas encore atteint sa maturité.

I. Principes généraux de la RSE selon la norme internationale ISO 26000:

En novembre 2010, l'ISO a publié une norme intitulée « Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale » après 5 années de rédaction et la participation de 400 experts. Elle a été référencée sous le nom d'ISO 26000¹⁶. L'idée de développer une norme internationale sur la RSE est née du constat de la divergence et la multiplicité des visions relatives à ce sujet. L'article 4 de la norme ISO 26000 présente les sept principes généraux de la responsabilité sociétale sur lesquels elle s'appuie. Il s'agit de :

- La redevabilité (accountability) : C'est un nouveau concept propre à la responsabilité sociétale. Il s'agit à la fois d'assumer ses décisions et activités et leurs impacts, et d'en rendre compte. C'est donc le fait de répondre de ces décisions, de ses activités et des impacts associés. La redevabilité contribue largement à assurer la transparence.
- La transparence.
- Le comportement éthique
- La reconnaissance des intérêts des parties prenantes
- Le principe de respecter la loi,
- La prise en compte des normes internationales de comportement
- Le respect des droits de l'homme

Cette norme souligne que : ¹⁷ « La principale caractéristique de la RSE se traduit par la volonté de l'organisation, d'une part d'assumer la responsabilité des impacts que ses activités et ses décisions induisent sur la société et l'environnement, et d'autre part, d'en rendre compte. Ceci implique un comportement à la fois transparent et éthique qui contribue au développement durable, à la santé et au bien être de la société, prend en compte les attentes des parties prenantes, respecte les lois en vigueur et est en accord avec les normes internationales de comportement ».

On remarque que les décisions de l'entreprise ne dépendent pas seulement d'éléments de caractère analytique mais aussi de valeurs. De ce fait, faire preuve d'un comportement éthique semble devenir indispensable pour les entreprises et une solution en matière de communication efficace.

En exprimant son éthique, l'entreprise affirme son caractère responsable et permet à son personnel de vivre un sentiment d'appartenance.¹⁸ Il s'agit, donc, de s'interroger sur la signification profonde de cette éthique qui, au-delà de son évidence apparente, peut se révéler très ambiguë.

2. Le mouvement sur l'éthique des affaires :

Selon Michel JORAS, l'éthique répond au double questionnement « comment vivre une situation, un événement, une action » et « quelle décision prendre face à une alternative, un dilemme ». ¹⁹ Il s'agit des « règles de conduite considérées comme bonnes et devant être suivies en vue d'établir des relations harmonieuses en société, et donner du sens à ses actions et d'être bien avec soi-même ». ²⁰

Très tôt, Max Weber a marqué l'idée d'éthique du métier dans son livre « L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme » en 1905. Selon Weber, elle est fondée sur la trilogie « confiance, loyauté, honnêteté » ²¹.

Toutefois, le mouvement actuel sur l'éthique des affaires revient, notamment, à la publication du livre de Bowen « responsabilités sociales de l'homme d'affaires » en 1953. Depuis, plusieurs jalons se sont intéressés au développement de cette préoccupation dans les facultés de gestion (**tableau 1**).²²

Tableau n°1: développement de l'éthique des affaires (1959-1995)

Année	Les jalons institutionnels
1959	Rapport de la Fondation Ford sur l'éducation universitaire en gestion, qui recommande d'élargir l'enseignement de la gestion à l'étude de l'environnement légal, social et politique de l'entreprise.
1963	Publication du livre de Joseph McGuire « Business and Society », premier manuel scolaire approfondi sur ce thème.
1967	L'AACSB (American Assembly of Collegiate Schools of Business), l'organisme qui accrédite les meilleures facultés de gestion aux États-Unis, modifie la section IVb de ses critères d'excellence pour y inclure la prise en compte de "l'environnement économique et légal" de l'entreprise, et celle des "influences sociales et politiques" sur la gestion.
1971	Création de la section "Social Issues in Management" au sein de l'Academy of Management, la grande association savante américaine des professeurs en management, par un groupe d'universitaires reconnus. Les chercheurs disposent désormais d'un lieu d'échanges permanent, au sein d'une organisation reconnue pour son excellence. Le domaine est ainsi légitimé. La section compte aujourd'hui un millier de membres actifs. Le Committee for Economic Development publie sa charte des responsabilités sociales des entreprises qui a eu un retentissement considérable.
1977	General Motors, aux prises depuis plusieurs années avec des groupes de pressions anti-apartheid américains qui contestent ses activités commerciales en Afrique du Sud, publie ses "Principes Sullivan", une politique définissant les responsabilités sociales qu'elle entend assumer face à ce problème.
1980	Fondation de la Society for Business Ethics, formée à l'origine surtout de professeurs de philosophie intéressés à l'éthique des affaires. Beaucoup n'ont pas de formation spécialisée en gestion, mais ils amènent avec eux la formation philosophique en éthique qui manquait aux professeurs de management.
1981	Publication de la déclaration sur la responsabilité sociale des entreprises par le Business Roundtable, une association de 200 présidents des plus grandes entreprises américaines.
1982	Lancement de la revue « Journal of Business Ethics », la première revue académique spécialisée en éthique des affaires.

1984	La prestigieuse revue scientifique généraliste « California Management Review » fait du thème "entreprise et société" l'un de ses trois thèmes officiels (avec stratégie et affaires internationales).
1991	Lancement de la revue Business Ethics Quarterly, publiée par la Society for Business Ethics. Elle tente d'élever le niveau théorique des débats autour du concept d'éthique des affaires. Premier congrès d'I.A.B.S. (International Association for Business and Society), une association académique nouvellement fondée pour l'étude des liens entre l'entreprise, ses responsabilités sociales et l'éthique des affaires. Elle entend utiliser son autonomie pour favoriser l'innovation en matière de recherche et d'enseignement par l'approfondissement des concepts émergents et par l'internationalisation de ses intérêts scientifiques.
1993	Reprise et réorientation scientifique de la revue Business & Society par I.A.B.S., qui la définit comme "la seule revue académique avec comité de lecture anonyme qui se consacre exclusivement au domaine des relations entre l'entreprise et la société".
1995	L'Academy of Management reconnaît le statut de "groupe d'intérêt" à ONE (Organization and the Natural Environment), qui regroupe les professeurs de management intéressés plus particulièrement à la protection de l'environnement. Parmi ses objectifs figure l'étude du thème éthique des affaires et environnement.

Source : Pasquero J., op.cit, 2000, pp. 369-393

En effet, la société civile s'interroge de plus en plus sur le fait qu'une entreprise ait ou non des valeurs et si l'on s'intéresse toujours à la valeur financière de l'entreprise, d'autres éléments entrent en ligne de compte ; sa politique de ressources humaines, sa politique de développement durable, sa RSE...etc.

Dans ce contexte, François Lepineux (2003) affirme que²³ : « Le succès d'une entreprise dépend aujourd'hui non seulement du respect des règles du jeu économique, mais aussi de la référence à des valeurs supérieures telles que l'honnêteté, le respect des autres, la solidarité ». Il continue, dans ce sens, pour assurer que : « L'éthique d'entreprise ne nie pas le profit et la performance, mais devient au contraire une nécessité économique : les entreprises sont évaluées par leur public sur des critères éthiques. Elle s'exprime au travers d'un système de valeurs partagées par les dirigeants et les salariés, des méthodes de management et de comportements de l'ensemble du personnel ».

3. Les facteurs explicatifs de l'engouement actuel pour l'éthique d'entreprise

Plusieurs facteurs permettent de comprendre l'émergence de l'impératif éthique dans les entreprises. C'est tout d'abord la pression sociale qui pèse sur celle-ci. Ensuite, les notions de responsabilité et de durabilité ont connu une très grande émergence : l'entreprise s'est rendu compte qu'elle ne peut réussir que dans un environnement durable. Enfin, éthique peut rimer avec le profit, ce qui facilite sa mise en œuvre.

I. Une pression sociale croissante entraînant une responsabilité croissante pour les entreprises:

« Jamais notre capacité à produire des richesses n'a été aussi grande et jamais notre incapacité à mettre cette prospérité au service du mieux-être de tous les hommes n'a été aussi flagrante » (Jacques GENEREUX 2002).²⁴

L'engouement pour l'éthique est né de ce paradoxe. Il n'est pas dû au hasard mais aux nécessités contemporaines et à l'évolution des modes de pensée des dirigeants. Par ailleurs, les revendications internes et externes dû au progrès de la technologie et la productivité ont mis l'accent sur le respect de l'environnement et la responsabilité sociale.²⁵ De ce fait, l'entreprise contemporaine doit avoir une très grande transparence vis-à-vis de ses employés, ses clients et aujourd'hui vis-à-vis même des associations de consommateurs, de protection de l'environnement et les ONG pour assurer le développement de son éthique.

Tous ces partenaires attendent d'elle, en faisant une certaine pression, une production qui respecte l'ensemble des parties prenantes ainsi que l'environnement. La société est devenu de plus en plus exigeante, notamment les consommateurs, ce qui a mené nécessairement à la création de nouveaux labels et autres garanties de production ou de prestation de services. Ces pressions de la société s'accompagnent d'une prise de conscience chez les dirigeants et les employés de la nécessité d'afficher et de suivre des règles éthiques dans leurs activités.

Dans le même contexte, une nouvelle pression des collectifs d'associations et agences de notation est exercée sur les entreprises contemporaines. Ces dernières doivent s'approprier des valeurs d'équité sociale et de durabilité environnementale pour éviter d'être marquées par ce type d'agence. Ce mouvement est une exigence contemporaine qui doit être respecté par l'entreprise sinon elle risque de mettre en péril son fonctionnement et sa réputation.

Dans une étude menée en France en 2004, les premiers résultats ont montré que²⁶ :

- Plus de 58% des consommateurs français font confiance aux entreprises s'engageant dans des valeurs éthiques ;
- Si le prix reste incontestablement le critère le plus dominant au cours d'un acte d'achat, des critères de « développement durable » interviennent également pour une majorité de la population : respectivement 77% et 67% d'entre eux prennent ainsi en compte les conditions de production et le pays d'origine du produit acheté ;
- certains réflexes « éthiques » sont aujourd'hui autant revendiqués que le réflexe « marque »: 85% des Européens prennent en compte la marque contre 77% qui s'intéressent aux conditions de production du produit acheté.
- Pour juger le niveau de fiabilité des entreprises, les Français s'attachent désormais à trois grands paramètres : le respect de l'environnement (53%), le respect des règles éthiques (41%) et le contrôle de la qualité des produits (41%).

De ce fait, faire preuve d'un comportement éthique semble devenir indispensable pour les entreprises et une solution en matière de communication efficace. En 1902, Henry Potter rappelait : « Vous ne pouvez pas être un citoyen sans être aussi un consommateur conscient..... Dans les mains du consommateur averti réside la résolution des plus importantes questions du problème industriel.». Quelques années après, les préoccupations des consommateurs vis-à-vis du développement durable et du commerce équitable se sont émergé.

C'est une consommation éthique qui s'intéresse davantage aux enjeux environnementaux, mais aussi économiques et sociaux.

Au-delà de la pression des consommateurs, les entreprises multinationales ont de même une pression sociopolitique. Elles sont considérées comme des institutions porteuses de l'intérêt général donc elles se trouvent obligées à mettre en place des politiques sociales et environnementales pour légitimer leurs activités dans les pays dans lesquelles elles opèrent.

II. L'importance d'un environnement durable

Une entreprise étant un groupement d'individus qui entretiennent des relations entre eux et avec l'extérieur doit agir éthiquement. Ainsi, les entreprises contemporaines ont pris conscience des effets négatifs de leurs activités sur l'environnement et les problèmes sociaux qui en découlent. De ce fait, l'entreprise est devenue responsable. D'après John RAWLS, Son éthique est « l'équilibre réfléchi » entre l'élément principal de sa vie et son développement « le profit », et le respect des grands fondamentaux de l'homme et de l'univers²⁷ afin de donner un caractère durable à son activité.

Par ailleurs, l'Organisation des Nations Unies a lancé en juillet 2000 le Pacte Mondial. C'est un « cadre d'engagement volontaire par lequel des entreprises, associations ou organisations non-gouvernementales, sont invitées à respecter dix principes universellement acceptés touchant les droits de l'homme, les normes du travail, l'environnement et la lutte contre la corruption ».²⁸

Les adhérents doivent attester chaque année de leur mise en œuvre effective de ces principes dans un rapport nommé « communication de progrès » afin de répondre aux attentes de la société. Cette initiative a connu un fort développement, totalisant 7071 entreprises adhérentes fin 2012.²⁹

D'un autre côté, l'entreprise est un lieu de conflits d'intérêt, entre le profit des actionnaires, les exigences des clients, les réclamations des fournisseurs, les revendications des salariés, la production et l'avenir de la planète. Les actionnaires exercent généralement une pression sur l'entreprise pour obtenir des profits élevés. Toutefois, l'objectif de l'entreprise ne peut pas être réduit à la seule myopie du court terme.³⁰ De ce fait, l'engouement actuel pour l'éthique d'entreprise s'est accru dans un contexte de prise de conscience de l'avenir de la planète et des effets de la production et de la consommation sur son état de survie. L'entreprise a conclu que la préservation de l'espèce et de la biosphère est un impératif contemporain et qu'elle ne peut assurer son développement à long terme que dans un environnement durable.

III. Ethique : un facteur clé de performance sociale, environnementale et financière

Beaucoup de gens pensent qu'éthique et profits sont incompatibles.³¹ Toutefois, l'entreprise peut générer des profits tout en développant des activités qui respectent la société et l'environnement. L'actualité montre qu'on ne demande plus seulement une haute performance économique de l'entreprise mais également un respect d'un certain nombre de principes éthiques. Dans ce contexte, le développement de l'investissement éthique (ou socialement responsable) répond à ces exigences.

C'est une nouvelle conception qui ne se focalise plus seulement sur le profit de l'entreprise mais aussi sur des critères sociaux, environnementaux et de gouvernance.

Ce mouvement de fond n'est pas nouveau. Dès le 19^e siècle, les américains ont déterminé leurs investissements selon d'autres considérations que la finance. Par la suite, les années soixante ont marqué une grande participation aux investissements ayant de bons résultats dans les deux domaines : social et environnemental. L'investissement socialement responsable représente aujourd'hui un peu plus de 20% des actifs gérés dans le monde.³² Il connaît un développement continu ces dernières années montrant un véritable engouement pour l'éthique des affaires. L'objectif principal est d'améliorer le bien-être de l'entreprise, sans renoncer au profit afin d'assurer que l'activité soit durable.

D'autre part, le souci du respect de l'environnement ou l'éthique environnementale a mené les entreprises, actuellement, à repenser leurs modes de productions en fournissant des produits dits « bio »³³ : se sont des produits naturels sensés mieux respecter l'environnement. Maintenant, ils occupent une part non négligeable sur le marché et les entreprises prévoient qu'ils peuvent atteindre un plus grand nombre de ménage dans le futur proche.

Par ailleurs, Freeman a développé en 1984 la théorie des parties prenantes³⁴ qui indique que « l'entreprise est prise dans un réseau de relations sociales qui orientent son comportement et ses activités ». Donc, les entreprises doivent répondre aux obligations et exigences de leurs parties prenantes pour améliorer leur efficacité et leur image de marque.

Le développement d'une relation de confiance avec ces différents partenaires est primordial pour assurer la croissance de l'entreprise. L'entreprise doit s'inscrire dans une démarche de durabilité afin de maintenir un lien de confiance avec les parties prenantes d'une part et privilégier des profits à long terme d'autre part. Toutefois, l'engagement éthique aide les entreprises à améliorer leur image de marque externe mais aussi interne en motivant les employés et améliorant le climat social de l'entreprise pour une meilleure production.

L'éthique de l'entreprise est considérée parfois comme une contrainte à la performance économique de l'entreprise. Toutefois, ce jugement peut être erroné : L'éthique s'avère devenir un avantage concurrentiel pour l'entreprise contemporaine et un facteur clé de performance économique.

4. Les modèles conceptuels de la responsabilité sociale des entreprises

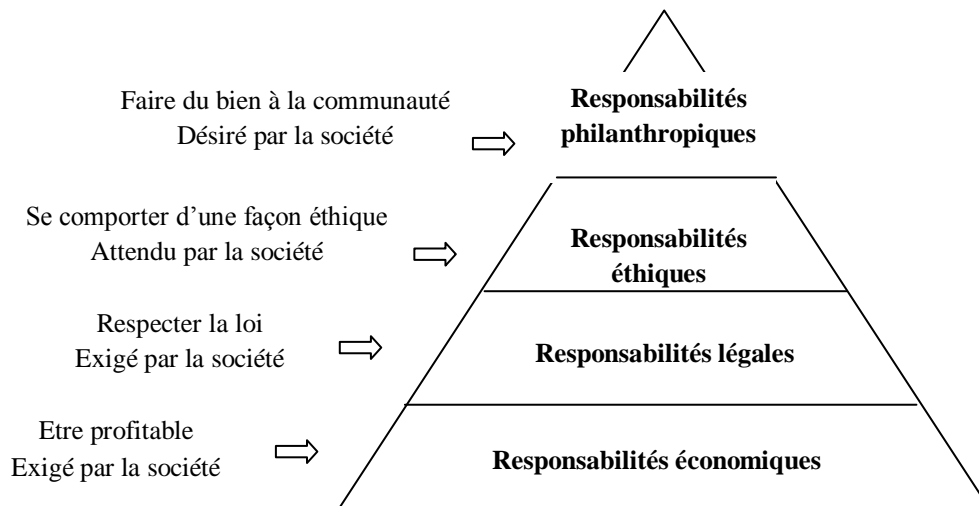
L'éthique des affaires ne peut trouver son vrai sens que dans des institutions justes. Elle est définie à travers cinq mots-clés qui constituent les valeurs fondamentales qui pilotent le comportement éthique dans l'entreprise :³⁵ justice, responsabilité sociale, exemplarité, confiance mutuelle et respect des autres. Le comportement de l'entreprise doit être responsable et éthique.³⁶ C'est pour cette raison que ses promesses pour l'ensemble de ses parties prenantes, y compris les actionnaires, doivent à la fois comporter des messages équitables, éthiques et justes. A cet égard, la reconnaissance croissante de l'importance de l'éthique des comportements constitue l'une des raisons qui explique le développement de la responsabilité sociale des entreprises.³⁷ Dans ce contexte, la littérature nous fournit deux modèles fondateurs pour analyser les activités des entreprises :

I. Le modèle de Carroll (1979) :

La responsabilité sociale de l'entreprise ne signifie pas la même chose pour tout le monde.³⁸ Pour certains, la responsabilité sociale est aperçue comme une dimension purement sociale. D'autres l'associent au seul volet environnemental du développement durable. Ou encore certains industriels ou groupes financiers appréhendent la responsabilité sociale comme le devoir de financer des projets d'aide au développement ou de philanthropie, sans se soucier de leur propre activité et de leurs impacts sur l'ensemble des parties prenantes.³⁹

En effet, la réunion des deux termes éthique et responsabilité sociale exige le recours à la classification de « Archie. B. Carroll » (figure 1). Cette dernière met la responsabilité éthique de l'entreprise entre sa responsabilité légale (conformité au droit) et sa responsabilité philanthropique qui est orientée vers la société civile (santé, générosité, arts...etc).⁴⁰

Figure n°1: la pyramide de Carroll (1979)



Source : Igalens J., Joras M., op. cit, 2010, p.21

Le terme de « responsabilité » ne reflète pas ici le sens d'« obligation » puisque l'action est préjugée « volontaire ». ⁴¹ Le modèle de Carroll (1979) permet de distinguer différents niveaux de la RSE : ⁴²

- **Responsabilité économique :** selon la théorie libérale, la principale finalité de l'entreprise était de générer de la richesse. Aujourd'hui, cette conviction est remise en cause : l'entreprise doit faire face aux exigences de toutes ses parties prenantes internes et externes. Dans ce contexte, elle doit satisfaire ses actionnaires en bénéfices, assurer une bonne rémunération à ses salariés et offrir des produits et services de bonne qualité et à des prix raisonnables à ses clients. Donc, l'entreprise doit assumer les différentes dimensions de sa responsabilité économique jugée très importante pour sa durabilité.
- **Responsabilité légale :** dans ce contexte, l'entreprise se contente d'appliquer la loi. En essayant de générer son profit, elle ne doit pas oublier qu'elle est appelée à se conformer aux lois et règlements décrétés par les gouvernements.

- **Responsabilité éthique** : le comportement de l'entreprise doit être cohérent avec les attentes de la société et les valeurs éthiques généralement admises. Pour en assurer, elle doit agir en toute justice et équité. Donc, cette dimension concerne le côté morale de la responsabilité de l'entreprise vis-à-vis de la société.
- **Responsabilité philanthropique** : à cet égard, la société souhaite que les entreprises soient de bons citoyens. Donc, ces dernières doivent agir dans le cadre de la promotion du bien être humain. Cette responsabilité concerne bien les employés et leurs familles en premier lieu. Par ailleurs, il existe d'autres formes de cette responsabilité telles que : le sponsoring, le mécénat ou des œuvres de charités pour les moins démunis de la communauté.

II. Le modèle de Wood (1991) :

Ce modèle précise l'approche de Carroll en intégrant trois niveaux de responsabilité de l'entreprise :⁴³ responsabilité au niveau institutionnel, au niveau des activités et enfin au niveau individuel. Attarça et Jacquot (2005) propose une liste de responsabilités des entreprises (tableau ci-dessous) en se basant sur les modèles de Carroll (1979) et Wood (1991).

Tableau n°2 : Niveaux et nature des responsabilités sociales de l'entreprise

	Niveau institutionnel	Niveau organisationnel (activités)	Niveau individuel
Responsabilités économiques	Produire des biens et services, offrir des emplois, créer de la richesse pour les actionnaires	Les prix des biens et services reflètent les vrais coûts de production et intègrent toutes les externalités	Produire de façon écologique, utiliser des technologies non polluantes, réduire les coûts en favorisant le recyclage
Responsabilités Légales	Respecter les lois et les réglementations. Ne pas faire de lobbying ou attendre des positions privilégiées dans les politiques publiques	Œuvrer pour des politiques publiques en défendant des intérêts « éclairés »	Tirer profits des instructions réglementaires pour innover dans les produits ou les technologies
Responsabilités éthiques	Suivre des principes éthiques fondamentaux (ex : honnêteté)	Fournir des informations précises et complètes pour accroître la sécurité d'utilisation au-delà des conditions légales	Développer l'information d'utilisation pour des usagers spécifiques et la promouvoir comme un avantage produit

Responsabilités discrétionnaires	Agir comme un citoyen modèle dans tous les domaines : au-delà des réglementations et des règles éthiques. Rendre une partie du chiffre d'affaire à la société (community)	Investir les ressources de l'entreprise dans des actions charitables en rapport avec le premier et le second cercle de l'environnement social de l'entreprise	Choisir des investissements charitables qui soient rentables en terme de résolution de problèmes sociaux (application de critères d'efficacité)
---	---	---	---

Source : Attarça M., Jacquot T., la représentation de la Responsabilité Sociale des Entreprises : une confrontation entre les approches théoriques et les visions managériales. XIV^{ème} conférence internationale de management stratégique, Pays de la Loire, Angers, 2005, p.6

En effet, la RSE a tendance à devenir un levier de performance au niveau de l'entreprise. Cela dû aux nouveaux marchés comme les technologies vertes, l'éco-conception, les produits bios ou équitables...⁴⁴ C'est une source d'innovation et, par conséquence, d'un nouveau avantage concurrentiel. Ce dernier apporte de multiples bénéfices aux entreprises : d'une part, conforter l'image de marque de l'entreprise grâce à son comportement éthique, son attitude citoyenne et son respect de l'environnement. Et d'autre part, mobiliser les salariés et d'appréhender les opportunités offertes par la croissance verte et équitable.⁴⁵

5. La responsabilité sociale des entreprises en Algérie

La première conférence sur « la gouvernance des entreprises » en Algérie a conclu que :⁴⁶ « les choses n'ont pas encore amorcé un tournant décisif, les expériences menées au sein des entreprises sont encore à un stade expérimental et les résultats ne sont pas encore palpables ». Les participants ont recommandé le recours à une charte de bonne gouvernance (code d'éthique, code de bonne conduite) basée sur des principes de gestion conformes à l'éthique et à la transparence au sein de nos entreprises.

Le sujet de la bonne gouvernance et de la RSE est encore prématuré pour la plus part des entreprises du pays. Cette situation est due notamment au manque de coordination entre les actions environnementales, économiques et sociales au sein de nos entreprises, à l'exception de celles qui ont adopté des systèmes de management dans ces trois domaines.⁴⁷

L'intégration de ces actions dans la stratégie de l'entreprise est jugée importante à l'heure actuelle. En Algérie, elles ne font pas partie de la stratégie des entreprises, ce qui limite fortement leurs impacts sur le fonctionnement interne, la société et les autres parties prenantes. Par ailleurs, les activités de certaines entreprises sont limitées à des activités philanthropiques volontaires qui limitent les effets sociaux dans la sphère des investissements improductifs aléatoires.⁴⁸

Aujourd'hui, l'éthique et la transparence sont devenues des axes de la bonne gouvernance qui servent à réduire les abus et faciliter la communication. De ce fait, Sébastien Molineus, responsable de Corporate Governance Program (CGP)⁴⁹ appelle les entreprises en Algérie à se pencher sérieusement sur le sujet. Cependant, ces entreprises évoluent dans un environnement « défavorable » ce qui rend le processus de l'introduction de la bonne gouvernance et la RSE un combat de longue haleine.⁵⁰

I. Les limites de la démarche RSE en Algérie:

Les effets menaçant de la sphère informelle, la contrefaçon, les insuffisances de la mise à niveau et de la certification, l'absence d'un encadrement normatif du reporting social et environnemental, ainsi que le coût élevé de l'adoption des normes standard et du recours à des organismes étrangers spécialisés pour la certification...⁵¹ sont des problèmes sérieux qui entravent le développement de la RSE en Algérie. Par ailleurs, la culture des entreprises ne favorise pas la consultation et l'implication des parties prenantes dans leurs démarches de responsabilité sociale.

En effet, les questions liées à la protection de l'environnement, à l'éthique, à la réduction de la pauvreté, à l'amélioration de la qualité de vie, à la rationalisation de l'utilisation des ressources, à l'amélioration de la gouvernance sont au centre des préoccupations de la responsabilité sociale en Algérie. Donc, les nouvelles orientations de l'économie nationale vers les questions environnementales sont élargies aux données extra financières. Cependant, le processus de certification de la plus part des entreprises du pays reste encore limité aux données purement financières.

A cet égard, les entreprises doivent se rendre compte de l'importance de l'audit social. Le bilan comptable ne traduit pas la performance globale de l'entreprise du fait qu'il est établi loin des obligations réglementaires sociales. L'audit social a pour objectif d'inciter les entreprises à être plus acquises à l'idée de la transparence, de l'éthique des affaires et du respect des droits humains.⁵²

En l'absence d'une base réglementaire, le marché de l'expertise en Algérie n'a pas encore développé le rôle l'audit social et environnemental dans le cadre du consulting.⁵³ Dans ce contexte, on enregistre un retard considérable par rapport au niveau mondial. Les règles de la bonne gouvernance recommandent le recours à ce type d'audits afin de permettre au management de mieux maîtriser le fonctionnement de l'entreprise. Il aide à mieux situer les problèmes tout en essayant, par la suite, de trouver des solutions adéquates dans le domaine de la responsabilité sociale des entreprises.

Aujourd'hui, les acteurs financiers s'orientent de manière croissante vers une approche globale de performance (économique, sociale et environnementale). De ce fait, une relance de l'activité boursière en Algérie peut être favorable pour le développement de la RSE tout en ajoutant les indicateurs sociaux à la formulation des indices boursiers.

Par ailleurs, l'absence des outils de la bonne gouvernance ou de la RSE au sein de nos entreprises est due notamment à l'absence de « l'information étatique ». ⁵⁴ Généralement, les entreprises revendiquent le manque de données, d'études, et de statistiques « environnemental et social » crédibles jugées nécessaires pour mener bien leurs affaires. Avec cette situation, il s'avère difficile d'intégrer la bonne gouvernance ou la RSE dans l'effort stratégique de l'entreprise.

Le consultant économique d'état Abdelatif Benachenhou a ajouté aussi deux autres aléas :

- D'abord, il a abordé un problème lié à l'état en disant : « la bonne gouvernance de l'entreprise nécessite un assainissement de son environnement car on ne peut demander à une entreprise de s'astreindre à des règles de fonctionnement saines, transparentes et de répondre aux normes économiques universelles, lorsque face à elle, l'Etat laisse faire un secteur informel envahissant et une contrefaçon galopante ».

- Ensuite, il a revendiqué les problèmes du secteur privé : « Le secteur privé auquel on demande de se conformer à la bonne gouvernance, a-t-il réellement les moyens de se hisser au niveau de cette exigence universelle alors que son existence est encore balbutiante et désordonnée ? ».⁵⁵

Donc, Le gouvernement algérien doit contribuer à instaurer un environnement favorable pour le développement de la RSE, développer une culture de la bonne gouvernance et d'éthique au sein des entreprises et mettre en place un dispositif juridique pour encadrer la transparence sociale et environnementale des entreprises.

Conclusion :

Une lecture des fondements historiques et théoriques de l'éthique des affaires et la responsabilité sociale de l'entreprise représente une première étape dans le cadre du programme de recherche restant à mener en éthique des affaires.

L'objectif de cet article est de mettre en évidence l'importance accordée aux thèmes d'éthique et de RSE dans un monde qui a jugé nécessaire de repenser l'économie en fonction de l'environnement.

L'éthique des affaires ou « business ethics » concerne bien des aspects de la bonne gouvernance, la bonne gestion, le rôle de l'entreprise et sa responsabilité. L'importance des pratiques éthiques au sein des entreprises vient du fait que l'éthique est, de nos jours, un des facteurs les plus importants de valorisation de l'entreprise pour les actionnaires et les investisseurs. Aujourd'hui, de nombreuses entreprises choisissent des activités dites « éthiques » ou « responsable ». Ces actions contribuent à maintenir une relation durable avec les parties prenantes et privilégier des profits à long terme.

En Algérie, les résultats montrent que la responsabilité sociale des entreprises n'est qu'à ses débuts et reste encore flou : les méthodes ou les instruments de la bonne gouvernance, de l'éthique et de la RSE sont encore à un stade embryonnaire, ce qui nécessite plus d'efforts pour les améliorer.

Références bibliographiques :

¹ Lacroix A., l'approche coopérative : une condition préalable pour une éthique sociopolitique. Essais et conférences, n°6, université de Sherbrooke, édition GGC, Sherbrooke, Québec, 2001, p.1.

² Lacroix A., op. Cit, 2001, p.2.

³ Bettahar H., MIRAOUI A., au delà du marketing relationnel le marketing éthique. Les cahiers du MECAS, Université de Tlemcen, N° 3, 2007, p. 63.

⁴ Marchildon A., vers une culture de l'éthique en organisation : étude de deux cas. Ecole des hautes études commerciales, université de Montréal, mémoire présentée en vue de l'obtention du grade de maître ès science, 2002, p.15

⁵ Badot O., Cova B., Des marketings en mouvement : vers un néo-marketing ? Revue Française du Marketing, n° 136, 1992, pp. 5-27.

⁶ Pasquero J., Commentaire : Éthique des affaires, responsabilité sociale et gouvernance sociétale : démêler l'écheveau. Dossier l'éthique en gestion : au-delà de la réglementation, Gestion, volume 32, numéro1, 2007, pp112-116

⁷ Pasquero Jean (2007), op. Cit

⁸ Le café du droit, L'éthique des affaires, la responsabilité sociale et la gouvernance sociétale, consulté le 19/02/2015, <http://www.lecafedudroit.fr/lethique-des-affaires-la-responsabilite-sociale-et-la-gouvernance-societale/>

⁹ Marchildon A., Op. Cit, 2002, p. 15

¹⁰ Caby I., entreprises et développement durable. Direction des études économiques et de l'évaluation environnementale, série synthèses n° 04 - s03, p. 34

¹¹ Boutaud A., La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) : un bref état des lieux. Centre ressources prospectives du grand Lyon, 2010, p.02

¹² Field L., Leçons de bouddhisme pour l'entreprise. Maxima, Paris, 2008, p.152

¹³ Une déclaration internationale de valeurs et principes fondamentaux jugée utile par ses partisans pour construire un monde juste, durable et pacifique au XXI^e siècle. Lancée officiellement le 29 juin 2000 au Palais de la Paix à La Haye, aux Pays-Bas

¹⁴ Le site de la Charte de la Terre consulté le 20/10/2015: <http://www.earthcharterinaction.org/contenu/>

¹⁵ Capron M., la responsabilité sociale d'entreprise. Encyclopédie du développement durable N°99, consulté le 14/08/2014, <http://encyclopedie-dd.org/encyclopedie/terre/5-1-les-entreprises/la-responsabilite-sociale-d.html>

¹⁶ Delabracherie F., ISO 26000 : Responsabilité Sociétale (RS). la revue du commerce internationale, 2012, consulté le 22/09/2014, <http://www.revue-du-commerce-international.info/fr>

¹⁷ Extrait de la norme ISO 26000, paragraphe 3.3

¹⁸ Mercier S., l'éthique dans les entreprises. Les fiches de lecture de la chaire D.S.O, DESS 202, 2000, consulté le 12/05/2014, http://mip-ms.cnam.fr/servlet/com.univ.collaboratif.utils.LectureFichier?ID_FICHIER=1295877018125

¹⁹ Joras M., éthique et crise. Humanisme et Entreprise 1 (n° 301), 2011, pp. 49-60

²⁰ Segun M., gérer la dimension éthique en entreprise. Éditions CEC Inc, Canada, 2010, p.5

²¹ Benbrahim Z., Éthique et gouvernance : entre intentions et pratiques. Management & Avenir 1/ (n° 7), 2006, pp. 43-59

²² Pasquero J., Éthique et entreprises : le point de vue américain. In Marcel Côté et Taieb Hafsi (Eds.), Le management aujourd'hui: une perspective nord-américaine (anthologie du management), Québec : Presses de l'Université Laval, et Paris : Economica, 2000, pp. 369-393

²³ Benbrahim Z., Éthique et gouvernance : entre intentions et pratiques. Management & Avenir 1, n°7, 2006, pp. 43-59

²⁴ Genereux J., Manifeste pour l'économie humaine. Esprit, 2002, p.58

²⁵ Mahieu F.R., L'éthique et l'entreprise. CERDI Centre d'Etudes et de Recherches sur le Développement International, 2009, p. 6

²⁶ Batail N., l'éthique en tant qu'axe de communication : vraie prise de conscience ou simple réponse commerciale ? ESC Wesford, 2004, pp.2-3

²⁷ Mahieu F.R., op. Cit, 2011, p. 9

²⁸ France diplomatie, Le pacte mondial des nations unies (Global Compact), initiation au reporting extra-financier, consulté le 28/10/2014, <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-economique-901/responsabilite-sociale-des-22057/les-referentiels-internationaux-et/article/le-pacte-mondial-des-nations-unies>

²⁹ Idem

³⁰ Mahieu F.R., op. Cit, 2009, p. 9

³¹ Bertin E., Développer le capital humain de l'entreprise. Editions EMS, 2004, p.205

³² Lejoux C., L'investissement socialement responsable est devenu une auberge espagnole. La tribune, 2013, consulté le 30/10/2014, <http://www.latribune.fr/entreprises-finance/20130912trib000784701/l-investissement-socialement-responsable-est-devenu-une-auberge-espagnole.html>

³³ MAHIEU F.R., op. Cit, 2009, p. 1

³⁴ Gendron C., la gestion environnementale et la norme ISO 14001. Les presses de l'université de Montréal, 2004, p.52

³⁵ De Bry F., concept d'éthique : l'éthique au cœur du management. Management & Avenir, n° 20, 2008, p.110

- ³⁶ RSE- pro, éthique en entreprise : définition et concepts clés. Livret de formation, édition 1.0, 2011, p.9
- ³⁷ Idem
- ³⁸ Mansour F. M-B, la responsabilité sociale de l'entreprise : définitions, théories et concepts. p. 1
- ³⁹ Delabracherie F., op. Cit, 2012, p.12
- ⁴⁰ Igalens J., Joras M., la sureté éthique : du concept à l'audit opérationnel. Édition EMS, 2010, p.20
- ⁴¹ Mansour F. M-B., op. Cit, p.2
- ⁴² Hamidi Y., Khelfaoui M., la perception de la RSE chez les dirigeants d'entreprises (PME) algériennes : Quelle forme de RSE implicite ou l'explicite ? Le colloque international sur le comportement des entreprises économiques face aux enjeux du développement durable et de l'équité sociale Les 20 et 21 novembre 2012, p. 25
- ⁴³ Senkel M-P., la divulgation d'informations « RSE » par les prestataires de services logistiques européens : une analyse comparative du site internet et du rapport d'activité. Développement durable et responsabilité des acteurs, l'Harmattan, 2009, p.180
- ⁴⁴ Biscarrat D., les finalités de l'entreprise. Surfeco21, économie, droit et management d'entreprise, consulté le 18/07/2014, <http://www.surfeco21.com/?p=1455>
- ⁴⁵ Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie, Reporting RSE : le groupe des amis du paragraphe 47 publie sa charte. France, consulté le 21/11/2014, <http://www.developpement-durable.gouv.fr/Reporting-RSE-le-groupe-des-amis.html>
- ⁴⁶ Boudedja N., Système de gouvernance des entreprises : L'impératif d'assainir l'environnement économique. El Watan Economie, du 23 au 29 Juillet 2007, n°114, p. 05.
- ⁴⁷ SALEM A., KHELLADI M., le Reporting Socialement Responsable (RSR), ou comment rendre compte de sa responsabilité aux parties prenantes. Revue Economie et Management, université de Tlemcen, p.9, <http://fseg.univ-tlemcen.dz/larevue07/SALEM%20%20Abdelaziz.pdf>
- ⁴⁸ Taouti I., Gouvernance et défis du développement durable : Responsabilité sociétale des PME algériennes. El Watan Economie, du 11 au 17 Juin 2007, n°108, p. 12.
- ⁴⁹ La bonne gouvernance concerne aussi les entreprises. le Quotidien d'Oran, 15 Juillet 2007, n°3824, p. 03.
- ⁵⁰ Bonne gouvernance des entreprises : L'idée d'une charte fait son chemin. El Watan, 15 07 2007, n°5071, p. 05.
- ⁵¹ Boudjemaâ S., La responsabilité sociétale des entreprises. El Watan Economie du 21/01/2008, n°135, p.7
- ⁵² Idem
- ⁵³ Boudjemaâ S., op.cit, 2008, p.8
- ⁵⁴ SALEM A., KHELLADI M., op. cit, p.9.
- ⁵⁵ Boudedja N., op.cit, p. 5