

**Colloque International de la Prospective 1ère Édition sous le thème :
Entrepreneuriat : Vers un Maroc entrepreneurial,**

LA RSE LEVIER DE CREATION DE VALEUR POUR UN ENTREPRENEUR

El GHAZALI M'barka* Professeur à ENCG Casablanca

***mb.elghazali@gmail.com**

ABRABER Fatima Azahraa BIYAD Sara***
Doctorantes à l'ENCG de Casablanca laboratoire de recherche prospectives en finance
et gestion (LRPFG)**

****fatimazahra.abraber@gmail.com***biyad.sara@gmail.com**

RESUME :

Cette communication essaie de répondre à cette question : Est-ce que les pratiques socialement responsables se présentent comme un levier de création de valeur pour un entrepreneur ? Après avoir défini le concept d'entrepreneuriat et présenté le cadre théorique que nous avons mobilisé, cette communication tente de présenter la complexité du phénomène d'adoption de la RSE au niveau de l'entrepreneuriat par la prise en compte de plusieurs aspects relevant de deux perspectives internes (impact sur la création de valeur) externes (impact sur la relation avec l'environnement externe)

MOTS CLES : Entrepreneuriat – RSE – Entrepreneur classique – Entrepreneur responsable

ABSTRACT:

This communication tries to answer this question: are the practices socially responsible presents like lever of creation of value for an contractor? After having defined the social concept entrepreneurship and presents the theoretical framework which we mobilized, this communication tries to have the complexity of the phenomenon of adoption of the RSE to the level of entrepreneurship by the taking into account of several concerning aspect two prospect internal " Impact on the creation of value " external "impact on relation with externalenvironment.

KEYWORDS. – Entrepreneurship – RSE – Classic entrepreneur – Responsible entrepreneur

Introduction

Depuis quelques années, les stratégies d'engagement sociétal commencent à s'intégrer dans les entreprises en raison de diverses pressions exercées par leurs parties prenantes. Cette stratégie sociétale fait partie intégrante de l'entrepreneuriat. L'intégration de la RSE dans le domaine de l'entrepreneuriat peut alors s'envisager comme une opportunité, une innovation, une création d'une organisation ou de valeur. La création de valeur, tout comme la pérennité de l'organisation, font partie intégrante de la politique de l'entrepreneuriat auxquelles la RSE peut répondre. Selon la CGPME (confédération générale des PME) : « la RSE est au cœur même du métier de l'entrepreneur ». C'est pour cette raison que cette communication a pour objectif non seulement de montrer l'importance de l'intégration de la RSE dans le processus d'accompagnement à l'entrepreneuriat, c'est-à-dire pensez à la RSE/DD dès le départ, à la création en sensibilisant les nouveaux entrepreneurs, futurs chefs d'entreprises, mais aussi d'un point de vue managérial, elle incite à réfléchir sur les pratiques socialement responsables (les trois volets) à mettre en œuvre dans l'entreprise après création.

En plein cœur du Développement Durable, et à l'heure où la Responsabilité sociétale en entreprise (RSE) est saluée comme un levier d'innovation et de performance pour l'entreprise, l'entrepreneur doit savoir identifier et développer les compétences pour définir et mettre en œuvre une démarche RSE. Trois types de compétences sont nécessaires si un entrepreneur souhaite réellement devenir responsable. La RSE suppose qu'un chef d'entreprise modifie ses pratiques, ses stratégies, voire son business model, pour améliorer l'impact de ses activités que ce soit sur le plan social, environnemental, économique, territorial ou de la gouvernance. Si le développement d'une démarche RSE repose sur un engagement volontaire des dirigeants, il paraît de plus en plus difficile et même dangereux de ne pas s'y lancer.

La promotion de l'entrepreneuriat est une nécessité pour tout pays. L'entrepreneuriat participe à la dynamique économique. Si un pays veut être compétitif, on doit veiller à ce qu'un grand nombre de sa population soit sensibilisé à l'esprit entrepreneurial. L'esprit d'entreprendre est important pour la création d'emplois, l'augmentation de la compétitivité, la restructuration et la redynamisation des économies ainsi pour la lutte contre la pauvreté. Les entrepreneurs contribuent à l'innovation et cela pousse les vieilles industries à s'adapter ou à disparaître tout simplement. On parle de « destruction créatrice

». L'entrepreneuriat joue aussi un rôle important dans le développement territorial. Les autorités locales ont donc tout intérêt à promouvoir l'esprit d'entreprendre.

Notre communication s'intéresse à la création de valeur chez l'entrepreneur à la lumière de la RSE. **Ainsi nous allons tenter de répondre à la question suivante : A quel point les pratiques socialement responsables RSE influencent positivement la création de valeur chez l'entrepreneur?**

Dans ce cadre, nous allons commencer dans une première partie par définir le concept d'entrepreneuriat et ses enjeux puis présenter à tour de rôle les différents types de cette dernière. Dans une seconde partie, nous explicitons le cadre théorique de la RSE dans lequel notre recherche inscrit, son contexte historique et ses perspectives. La troisième partie décrit brièvement les qualités allant d'un entrepreneur classique à un entrepreneur responsable. Finalement la dernière partie apportera une réponse claire sur comment les pratiques socialement responsables influencent positivement la création de valeur.

I. LES CONCEPTS THEORIQUES

1. ENTREPRENEURIAT

L'entrepreneuriat est une dynamique de création et d'exploitation d'une opportunité d'affaires par un ou plusieurs individus via la création de nouvelles organisations à des fins de création de valeur. Elle est valorisée comme un:

- Un moteur de développement économique;
- Formateur d'un état d'esprit acteur et producteur de richesses économiques et sociales;
- Apporteur des solutions alternatives aux problèmes de chômage ;

a. Définition:

L'entrepreneuriat est un processus par lequel un individu (ou un groupe d'individus), en association avec une organisation existante, crée une nouvelle organisation ou provoque le renouvellement ou l'innovation au sein de cette organisation.

b. Enjeux de l'entrepreneuriat:

Il y a un leader, l'entrepreneur, qui est la force motrice à l'origine des faits économiques.

- Dans l'esprit de cet entrepreneur il y a une vision de l'avenir qui est préférable à celle de l'état présent.
- Tout au long d'un processus partiellement conscientisé d'intuitions et de perspicacité qui trouvent leurs racines dans l'expérience, l'entrepreneur développe une vision ainsi qu'une stratégie afin de la mettre en pratique
- Cette vision est mise en œuvre rapidement et avec enthousiasme par l'entrepreneur. Le travail réalisé peut procurer le sentiment de vivre pleinement ou la satisfaction de rendre service à la société

c. Les types d'entrepreneuriat :

Nous pouvons dire qu'il existe autant des types d'entrepreneuriat qu'il y a de types d'entreprises et/ou d'entrepreneurs. Ainsi, nous pouvons avoir l'entrepreneuriat public, l'entrepreneuriat privé, l'entrepreneuriat social, etc.

Si nous prenons les critères comme la légalité, le nombre d'entrepreneurs, la durée de l'activité, le sexe, le statut juridique de l'entrepreneur, nous pouvons classifier l'entrepreneuriat en :

Entrepreneuriat formel et informel : l'entrepreneuriat formel comprend les activités relatives à l'économie formalisée c'est-à-dire les activités autorisées et reconnues par l'Etat alors que l'entrepreneuriat informel est relatif aux activités qui s'exercent dans le noir, non enregistrées par l'Etat.

Entrepreneuriat individuel et entrepreneuriat collectif : l'entrepreneuriat individuel, c'est la volonté d'une personne de se démarquer, d'acquérir plus d'indépendance et de liberté sans qu'intervienne une autorité. L'entrepreneuriat collectif ou communautaire est caractérisé par un groupe d'individus qui décèlent un même besoin et qui choisissent d'unir leurs efforts afin de répondre à ce besoin.

Entrepreneuriat occasionnel et entrepreneuriat durable : selon la durée de l'activité, l'entrepreneuriat occasionnel reprenne les activités temporaires, journalières,... alors que l'entrepreneuriat durable correspond aux activités et surtout les sociétés dont l'exploitation dure longtemps.

Entrepreneuriat féminin et entrepreneuriat masculin : certaines activités peuvent être exclusivement exercées par les femmes alors que d'autres peuvent être spécifiques aux hommes.

Entrepreneuriat privé, entrepreneuriat public et entrepreneuriat social : ici le critère est le statut juridique de l'entreprise. Le privé concerne les entreprises du secteur privé ; le public, les entreprises du secteur public et l'entrepreneuriat social concerne les différentes entreprises du secteur de l'économie sociale.

Entrepreneuriat social et RSE : Quelle est la différence entre Responsabilité sociétale des entreprises (RSE) et entrepreneuriat social?

Si la Responsabilité sociétale des entreprises (RSE) et l'entrepreneuriat social font partie d'un même mouvement qui incite à mêler économie et éthique, ces notions sont bien distinctes. La principale différence réside dans la finalité première de l'entreprise.

- Une entreprise sociale se caractérise par sa finalité sociale, c'est-à-dire que son objet intègre la dimension d'intérêt collectif et d'utilité sociale. La mission première d'une entreprise sociale, sa raison d'être, c'est donc d'apporter des solutions au problème social qu'elle a repéré, et elle utilise pour cela des modalités économiques.

La RSE renvoie aux actions engagées par une entreprise qui intègrent une préoccupation sociale et/ou environnementale : réduction de son impact sur l'environnement (bilan carbone, agenda21...) amélioration de la qualité d'emploi, les conditions de travail etc.

2. RESPONSABILITE SOCIALE DE L'ENTREPRISE RSE

a. définition

La RSE (responsabilité sociétale des entreprises) est un concept né dans les années 1960. Elle désigne la prise en compte, par les entreprises, des préoccupations liées au développement durable dans leurs activités. La RSE consiste, pour une entreprise, à intégrer les préoccupations sociales et environnementales dans ses activités opérationnelles et dans les stratégies qu'elle met en place. Il s'agit également, pour une entreprise, d'interagir avec les parties prenantes (clients, fournisseurs) pour intégrer ces préoccupations dans leurs relations. Le concept de RSE est né suite aux demandes émanant d'associations écologiques et humanitaires qui exigeaient une meilleure prise en compte des impacts sociaux et environnementaux dans les activités des entreprises. Diverses mesures peuvent être mises en place par les entreprises pour améliorer le bien-être des salariés, la qualité globale des filières d'approvisionnement et de sous-traitance.

La responsabilité sociétale des entreprises (RSE) est un « concept dans lequel les entreprises intègrent les préoccupations sociales, environnementales, et économiques dans

leurs activités et dans leurs interactions avec leurs parties prenantes sur une base volontaire ».Énoncé plus clairement et simplement, c'est « la contribution des entreprises aux enjeux du développement durable »

On entend par responsabilité sociale des entreprises (RSE) les mesures volontaires prises par une entreprise pour exercer ses activités d'une manière durable sur les plans économique, social et environnemental

Définition de la responsabilité sociétale des organisations par la norme ISO 26000 (2010)

Responsabilité d'une organisation vis-à-vis des impacts de ses décisions et de ses activités sur la société et sur l'environnement, se traduisant par un comportement transparent et éthique qui :

- Contribue au développement durable y compris 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 compatible avec les normes internationales
- Est intégré dans l'ensemble de l'organisation et mis en œuvre dans ses relations

« Pour définir le périmètre de sa responsabilité sociétale, identifier les domaines d'action pertinents et fixer ses priorités, il convient que l'organisation traite toutes les « questions centrales » suivantes:

- La gouvernance de l'organisation
- Les droits de l'Homme
- Les relations et conditions de travail
- L'environnement
- La loyauté des pratiques
- Les questions relatives aux consommateurs
- Les communautés et le développement local.»

b. Historique

La responsabilité sociale des entreprises n'est pas un phénomène récent. Aux 19^{es} siècles déjà, des patrons, soucieux d'endiguer des mouvements contestataires, ont occupé une place prise plus tard par les pouvoirs publics. Assurant l'éducation des enfants des travailleurs, une prise en charge minimale des soins de santé ou les distributions charitables, ces patrons paternalistes savaient aussi qu'il était de leur intérêt d'anticiper toute velléité revendicative.

Ce type de fonctionnement s'est complexifié au vingtième siècle. Des caractéristiques propres aux modes de gestion pratiqués en Europe et aux États-Unis ont vu le jour.

Il s'agissait alors d'attirer les meilleures compétences dans l'entreprise en offrant des services qui, dans un contexte européen par exemple, étaient assurés par les pouvoirs publics ou par des systèmes de mutualisation, par exemple l'assurance maladie. C'est à cette époque que les premiers théoriciens enseignent la RSE dans les universités : Théodore Kreps et, plus tard, Richard Bowen.

La notion de responsabilité sociale et environnementale (RSE) s'est développée depuis les années 90, dans un contexte de mondialisation et de déréglementation de l'activité économique. Presque tous les secteurs d'activité sont désormais dominés par des multinationales qui mettent en concurrence les territoires pour les accueillir ou leur fournir des biens et des services.

Malgré son développement dans le marché américain et européen la RSE n'arrive toujours pas à trouver sa place au sein du marché africain et des pays en voie de développement et se balance entre une nécessité et un luxe inutile.

c. Perspectives de la RSE

La notion de RSE est actuellement souvent évoquée dans une perspective de triple résultat qui conduit à évaluer la performance de l'entreprise sous trois angles : **Environnemental** (compatibilité entre l'activité de l'entreprise et le maintien des écosystèmes), **Social**

(conséquences sociales de l'activité de l'entreprise) et **Economique** (performance financière), tendance qui paraît résulter de divers facteurs de contexte ayant significativement marqué ces dernières années - dont deux essentiels : 1) la mondialisation des produits et des marques ; 2) l'accroissement des écarts sociaux entre les populations et l'épuisement des ressources naturelles au profit des pays riches. Les entreprises se voient de plus en plus obligées de remplir leur rôle social et de combler les échecs du marché et des Etats dans la régulation des droits sociaux.

La question est ainsi de mettre en valeur des actions qualifiées d'effort social de l'entreprise. Le respect de la RSE ne garantit pas à l'entreprise une réussite, force est de constater qu'il est nécessaire d'y adjoindre une politique de communication particulière. L'approche utilitaire met en évidence le double intérêt de la communication sur la RSE, en considérant que d'une part, elle informe les consommateurs sur les vertus d'un produit et que, d'autre part, elle permet de construire la légitimité sociale de l'entreprise. En effet, l'entreprise peut entamer des initiatives de RSE dans le but de réaliser une différenciation des produits, qui devient aujourd'hui une exigence cruciale et permet aux entreprises de gagner des opportunités offertes par le marché sensible à la RSE. Elle souhaite également imposer un standard dans l'esprit des consommateurs, de faire subir des coûts d'adaptation aux entreprises concurrentes et bénéficier donc d'un avantage concurrentiel. Par une démarche de RSE, l'entreprise désire envisager la vente des produits différenciés par la labellisation sociale, conquérir les consommateurs souhaitant faire des achats en fonction de l'évaluation de la responsabilité sociale de l'entreprise et éviter les risques de boycott.

II. D'UN ENTREPRENEUR CLASSIQUE VERS UN ENTREPRENEUR RESPONSABLE

Etre un entrepreneur n'est pas une chose facile, en effet il faut une grande motivation et une complète détermination, car cela demande un acharnement au travail, beaucoup de sacrifices, de dévouement et de persévérance. C'est un métier où le risque de faillite est très présent, d'ailleurs la plus grande majorité d'entrepreneurs échouent dans leurs premiers projets. En dehors des qualités en matière de Gestion d'entreprise, un bon entrepreneur doit être un bon leader. Il doit pouvoir communiquer sa vision de l'entreprise, persuader les membres de son équipe et booster leurs performances afin de garantir une productivité optimale pour l'aboutissement des objectifs de l'entreprise.

1. Qualités D'un Bon Entrepreneur

Il est clair que tout le monde peut devenir entrepreneur, mais seul les bons entrepreneurs connaissent du succès et arrivent à obtenir le fruit de leur investissement. Il existe certaines qualités distinctives qui sont requises pour être un entrepreneur à succès. Un certain nombre de ces qualités sont probablement déjà intégré à votre personnalité, tandis que d'autres peuvent avoir besoin d'être travaillé et développé. Voici une liste de certains de ces qualités :

- **Passion** : Il va presque sans dire que, pour devenir un entrepreneur prospère, vous devez être passionné par votre entreprise. Cela ne signifie pas nécessairement que vous avez à construire une entreprise autour de quelque chose que vous aimez. Vous pouvez (et devriez) identifier un marché rentable et développer vos affaires. Le fait d'aimer votre entreprise vous permettra également de persévérer dans vos efforts à la phase de démarrage (assez pénible), et d'autres obstacles à venir.
- **Leadership** : Bien que la définition d'un leader ne soit pas facile, on reconnaît un lorsqu'on le voit à l'œuvre. Fondamentalement, c'est la capacité à être en charge des personnes et de les guider afin d'atteindre les objectifs fixés. Un leader doit être capable de planifier, de motiver, coacher, et d'évaluer le personnel. Un leader doit également avoir à la fois des compétences managériales et interpersonnelles.
- **Capacités relationnelles** : La gestion d'entreprise repose sur la gestion des personnes, vous aurez par conséquent besoin d'être bon dans la communication si vous voulez réussir. Que ce soit avec vos clients, fournisseurs ou employés, il est important que vous appreniez à communiquer de façon efficace l'intégralité de votre message afin de s'assurer que votre entreprise est gérée aussi bien que possible.
- **Organisation et gestion du temps** : La gestion du temps vous permettra de vous organiser et de vous assurer que vous effectuez tous vos travaux de la manière la plus efficace possible. Il est très facile de céder à la procrastination quand on travaille seul, il vous faudra donc trouver des façons de régler ce problème. Peut-être vous pouvez créer une liste de tâches ou utiliser des logiciels de gestion de temps pour vous aider à gérer votre charge de travail et à augmenter votre productivité.

- **Prise de risques** : Un bon entrepreneur doit être prêt à prendre des risques calculés si il ou elle veut réussir. Parfois, en affaires, vous aurez besoin de faire confiance à votre intuition et de marcher sur l'eau, lorsque vous n'avez pas assez d'informations ni de temps pour prendre une décision rationnelle. Cependant, vous aurez besoin de faire la distinction entre la folie et le risque calculé. Assurez-vous que vous faites vos recherches et de veiller à ce que votre business plan soit faisable avant de commencer le projet. Cela peut vous empêcher d'avoir une surprise désagréable à l'avenir.
- **Compétitivité** : La concurrence est partout. En affaires, c'est la loi de survie. Si vous pouvez marquer votre présence dans le marché, vous démarquer de vos concurrents et surpasser vos concurrents en fournissant un produit avec un meilleur rapport qualité prix, vos chances d'être un entrepreneur à succès seront beaucoup plus grandes. Jouez pour gagner, mais ne jamais sacrifier votre intégrité pour le bien de quelques billets.
- **Confiance en soi** : Confiance en soi est une compétence clé pour le succès entrepreneurial. Il est facile de se démoraliser, d'être frustré si vous n'avez pas la confiance en soi. La confiance en soi concerne l'appréciation qu'a une personne sur ses capacités et son rendement. Un entrepreneur à succès croit en ses capacités. Il n'a pas peur d'explorer des opportunités ou des domaines nouveaux, de prendre des risques et de prendre des décisions difficiles en un temps record.

2. Vers un entrepreneur responsable :

Toutes ces qualités ne permettent plus à l'entrepreneur d'aujourd'hui d'être à la hauteur des attentes de sa société vue sa négligence pour l'environnement dans lequel il exerce ainsi que les tiers avec qui il exerce c'est pourquoi l'entrepreneur parfait d'aujourd'hui doit additionner trois qualités fondamentales pour qu'il puisse s'adapter avec les nouveaux principes entrepreneuriaux à savoir :

PENSER LA RSE :

La première famille de compétences « Penser la RSE ». Cette famille regroupe ce qui est nécessaire à la définition de la démarche RSE de l'entreprise. L'entrepreneur doit savoir analyser les évolutions de son contexte, en particulier les nouvelles attentes des différentes parties prenantes liées à l'impact social et environnemental de l'entreprise et les nouvelles législations.

Il doit également anticiper les coûts liés à une intégration insuffisante des enjeux RSE et, le cas échéant, remettre en cause les stratégies et pratiques. Il s'agit de transformer les contraintes en opportunités pour l'entreprise.

ORGANISER LA RSE :

Il s'agit ici des compétences permettant de mettre en œuvre la démarche RSE de l'entreprise. L'entrepreneur doit ainsi savoir fixer des objectifs, allouer des moyens, définir et suivre des indicateurs puis valoriser les résultats obtenus. Pourtant, ces compétences sont souvent difficiles à développer dans le contexte de PME et TPE. Souvent, un entrepreneur à la tête d'une d'entreprise de cette taille ne formalise peu ses pratiques dans le domaine et ne souhaite pas forcément communiquer sur une démarche RSE qui correspond avant tout à ses valeurs personnelles de dirigeant.

AGIR COLLECTIVEMENT POUR LA RSE :

Cette famille de compétences permet d'associer les différentes parties prenantes internes et externes à la démarche RSE de l'entreprise. Elle stimule les deux autres familles de compétences. En effet, pour mieux comprendre le contexte et formaliser la démarche, les échanges avec d'autres acteurs se révèlent très utiles. Les entrepreneurs peuvent rejoindre des réseaux économiques engagés dans la RSE, mais aussi nouer des partenariats avec des ONG.

3. UNE DEMARCHE QUI PROFITE A L'ENSEMBLE DEL'ENTREPRISE

Cette famille de compétences permet d'associer les différentes parties prenantes internes et externes à la démarche RSE de l'entreprise. Elle stimule les deux autres familles de compétences. En effet, pour mieux comprendre le contexte et formaliser la démarche, les échanges avec d'autres acteurs se révèlent très utiles. Les entrepreneurs peuvent rejoindre des réseaux économiques engagés dans la RSE, mais aussi nouer des partenariats avec des ONG.

III. Pratiques socialement responsables levier de création de valeur:

Les acteurs de l'entreprise ont des attentes divergentes. Les salariés recherchent des conditions de travail meilleures et des rémunérations plus élevées alors que les entrepreneurs et les associés souhaitent réaliser des bénéfices. Or, toute augmentation de salaire correspond à une baisse des profits. Sachant que la performance de l'entreprise ne peut pas se passer de la motivation des individus au travail, l'entrepreneur devra arbitrer entre les attentes des salariés et la volonté de faire des bénéfices. En essayant d'introduire la notion des attentes communes.

De ce fait la création de valeur est un concept de performance, notamment de performance globale. Celle-ci regroupe les performances sociétales, économiques et financières. Dans cette -section, nous analysons l'incidence des pratiques socialement responsables notamment les pratiques RSE sur la création de valeur sous l'angle de la performance financière. Il est judicieux de mentionner que les travaux de recherche empirique sur cette relation n'ont jusqu'ici, abouti à aucun consensus. Certains aboutissent à un lien positif, (le climat social et sociétal permet d'augmenter les bénéfices) d'autres y voient plutôt une relation négative (trop de charges à décaissées pour obtenir un comportement responsable), tandis qu'une troisième catégorie d'auteurs n'établissent aucun lien entre RSE et valeur créée.

Il est important ici de noter que l'analyse de l'incidence des pratiques socialement responsable sur la création de valeur est une tâche ambiguë. Elle consiste dans un premier temps à étudier l'incidence de la RSE sur la performance globale ; puis, à vérifier si la performance identifiée ou la valeur créée, est compatible avec l'intérêt social de l'entreprise.

1. Cadre théorique des hypothèses (positives, négatives, neutres):

La littérature empirique tente, en dernière analyse, de répondre à deux questions principales :

1- Existe-t-il une relation positive, négative ou neutre entre la performance sociale et la performance financière?

2- *Quel est le lien de causalité entre ces deux dimensions ? Est-ce la performance sociale qui influence la performance financière ? Ou est-ce la performance financière qui détermine la performance sociale ? Est-il par ailleurs possible d'envisager une influence réciproque ?*

La combinaison de ces interrogations est illustrée par Preston et O'Bannon (1997) à partir d'une typologie des liens possibles entre performance sociale et performance financière. Le Tableau suivant récapitule les principales hypothèses théoriques qui ont fait l'objet de tentatives de validations empiriques.

Tableau . Principales hypothèses théoriques

Causalité	Positive	Négative
Performance sociale -> Performance Financière	(1) Hypothèse de l'impact social ou du bon « management »	(3) Hypothèse de l'arbitrage
Performance Financière -> Performance sociale	(2) Hypothèse des fonds disponibles ou du « slack organisationnel »	(4) hypothèse de l'opportunisme
Performance sociale <=> Performance Financière	(5) Synergie positive	(6) Synergie négative

Source : Preston et O'Bannon (1997)

Une première démarche théorique suggère que plus l'entreprise est performante sur le plan social, plus elle est performante sur le plan économique et financier (hypothèse 1). Cette proposition peut être retournée et signifier que plus l'entreprise est performante économiquement, plus la probabilité est élevée qu'elle soit performante sur le plan social (hypothèse 2).

Ainsi, ces deux hypothèses soutiennent l'idée d'une association positive entre performance sociale et financière. Une seconde démarche théorique soutient quant à elle l'hypothèse d'un lien négatif entre RSE et performance. Il est en effet possible d'envisager le fait que plus l'entreprise est performante sur le plan social et moins elle sera performante sur le plan économique (hypothèse 3).

A contrario, plus l'entreprise sera performante économiquement et moins elle le sera socialement (hypothèse 4).

Enfin, au-delà de ces deux points de vue extrêmes, il est possible d'envisager les hypothèses de synergie positive et négative qui croisent les différents fondements conceptuels (hypothèses 5 et 6).

2. Etude terrain : l'adoption des pratiques RSE par les entrepreneurs :

Malgré des années d'effort, la recherche en économie peine encore à apporter une réponse ferme. Des centaines d'articles académiques ont couvert la question sans vraiment trancher. On aurait envie de croire que les deux vont de pair, mais ce n'est pas toujours le cas

Nous allons aborder successivement la méthodologie adoptée, la présentation de d'échantillon d'étude et enfin l'analyse des résultats.

a. Méthodologie utilisée :

La méthodologie utilisée ici est de type inductif: elle consiste à faire émerger du terrain l'adoption des pratiques socialement responsables auprès des entrepreneurs. Elle s'appuie sur :

- la réalisation de 50 entretiens auprès des entrepreneurs.

L'étude a permis de faire ressortir certaines caractéristiques socioéconomiques des entrepreneurs, elles sont présentées dans le tableau qui suit :

Tableau 2 : Caractéristiques des répondants au questionnaire

Caractéristiques	Données
Moyennes d'âges	Intervalle de 28 à 47 ans
Lieu de naissance	Casablanca
Sexe	60% Hommes 40% Femmes
Scolarité	70% diplômés universitaires (cycles supérieurs)

b. Analyse des résultats :

➤ Les déterminants internes del'adoption

A la lumière de la littérature empirique, nous allons étudier les déterminants d'adoption des pratiques RSE par les entrepreneurs.

Les adoptants favorables :

Basé sur un échantillon de 50 jeunes entrepreneurs on a pu déduire la logique qui règne dans le marché économique marocain avec ses nouvelles tendances, les résultats se divisent également en trois grandes sections phares qui rejoignent également les 3 sections des théoriciens.

La majorité des réponses soit 65% des entrepreneurs ont répondu que les pratiques socialement responsables (pratique RSE) sont de plus en plus indispensables en précisant que en adoptant un comportement responsable ils ont pu conquérir la confiance de leurs clients qui sont influencés par les sujets qui s'intéressent a leurs santé donc une entreprise labélisé RSE et ayant une étiquette de respect de l'environnement et des normes environnementales arrivera certainement a augmenté son portefeuille client ça d'une part, d'autre part un bon climat, une bonne motivation et de bonnes valeurs divulguées au sein de l'entreprise ne pourront que avoir de bonne incidence sur le résultat globale. Conclusion pour cette majorité on ne peut se permettre de s'en passer de ces valeurs socialement responsables.

Les résistants volontaires :

La deuxième catégorie des entrepreneurs 25% ont carrément contredit la première vision en répondant que la RSE n'est pas plus qu'un luxe inutile, cette deuxième vision affirme que ces pratiques sont du pure commerce et que la réalisation du bénéfice ne dépend en aucun cas de l'adoption de telles pratiques pire encore c'est le contraire, ces stratégies engendrent des couts supplémentaires qui affaiblies les bénéfices réalisés.

Les acteurs neutres :

La dernière catégorie qui ne représente que 10% de notre échantillon, elle rejoint en quelque sorte la deuxième vision en précisant que les pratiques RSE n'ont aucun rapport

avec la réalisation de bénéfice mais n'affirme pas que cela engendre des coûts supplémentaires pour cette catégorie. les deux grands axes finance et social ne se complètent pas mais chacun dépend de ses facteurs et ses indices donc de bon résultats ne veulent pas dire un bon rapport avec les autres tiers notamment en interne comme en externe ainsi qu'un bon climat social, de bonnes valeurs environnementales ne donnent pas forcément une carte verte pour la réalisation de bénéfices.

CONCLUSION

Dans cette communication, nous avons cherché à répondre à la question suivante : **A quel point les pratiques socialement responsables influencent positivement la création de valeur chez l'entrepreneur ?** Pour ce faire, nous avons commencé par définir le concept d'entrepreneuriat et présenter ses enjeux et ses différents types. Après avoir explicité la démarche RSE dans laquelle notre recherche s'inscrit, nous nous sommes arrêtés sur les qualités d'un entrepreneur classique ainsi que celles d'un entrepreneur d'aujourd'hui qui doit être à la hauteur des attentes de sa société et cela par l'addition de trois qualités fondamentales pour qu'il puisse s'adapter avec les nouveaux principes entrepreneuriaux.

Nous souhaitons souligner pour finir que malgré la divergence des théoriciens l'économie moderne tend beaucoup plus vers une vision de nécessité ceci dit que la majorité des entrepreneurs se rendent compte de plus en plus de cette nécessité voire même cette obligation de s'aligner vers un comportement socialement responsable. Et la question qui se pose n'est plus qu'elle sera l'impact des pratiques socialement responsables sur la création de valeur ? Mais plutôt l'adoption des pratiques socialement responsables entre faisabilité et nécessité.

BIBLIOGRAPHIE :

- **Alain Fayolle, Louis Jacques Filion:** Devenir entrepreneur: des enjeux aux outils
- **BOUTTI R. (2009)** « L'entreprise marocaine face à des responsabilités sociales et sociétales », *Working Paper*, Université Ibn Zohr, Agadir.
- **Colloque "Responsabilité sociale des entreprises : réalité, mythe ou mystification ? "**, Mar 2005, Nancy, France
- **DOHOU, A. et BERLAND, N.,** Mesure de la performance globale des entreprises,
- **Diane-Gabrielle Tremblay et David Rolland :** Responsabilité sociale d'entreprise et finance responsable, quels enjeux ?
- **EL MOUJADIDI N., KARIM K. (2009)**, « Développement durable et responsabilité sociale au sein de l'entreprise marocaine », *Actes de la conférence internationale sur la RSE*, Agadir, Maroc.
- **FILALI Maknassi R. (2009)**, « Quel avenir pour la responsabilité sociale au Maroc?
- **GEORGES Hénault, Gérard Lemoine :** « Entrepreneuriat et Développement Durable » 2008
- <https://riodd2016.sciencesconf.org/92028/document>
- <http://www.strategie-aims.com/events/conferences/4-xxeme-conference-de-laims/communications/1365-performance-sociale-et-performance-financiere-etat-delart/download>
- <https://rse.cgem.ma/charte-rse.php>{online}
- <https://rse.cgem.ma/initiatives-rse-au-maroc.php>{online}
- <https://rse.cgem.ma/label-rse.php>{online}

- **Jean-Marie Courrent:** RSE et développement durable en PME: Comprendre pour agir. 2012
- **Professeur Mohamed M'HAMDIL** La responsabilité sociale de l'entreprise au Maroc: une étude empirique auprès des petites et moyennes entreprises de la région de FesBoulemane.