

Université d'économie mondiale et nationale, Sofia
Université de Versailles St-Quentin-en-Yvelines
Institut Supérieur de Management
Laboratoire de Recherche en Management LAREQUOI
Chaire Jean Monnet « Identités et cultures en Europe »

La RSE/RSO, convergences des discours, diversité des pratiques

Appel à communication

Colloque International
8 octobre 2018

Sofia

La RSE/RSO, convergences des discours, diversité des pratiques

Appel à communication

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* » (Commission européenne, 2001), une définition qui s'étend à toutes les organisations (RSO). Malgré l'implication plus ou moins croissante des organisations sur les sujets de la protection environnementale et l'amélioration des conditions sociales sur leur territoire d'implantation, le concept et les pratiques RSE souffrent d'une empreinte instrumentaliste.

Rapidement, la RSE/RSO est devenue incontournable pour le management et la communication organisationnelle, mais cette notion reste encore ambiguë et les tentatives de définitions communes traduisent la difficulté à tenir compte des différents usages et pratiques liés à la RSE. Par exemple, la RSE est-elle instrumentalisée pour des fins de légitimité organisationnelle ou s'agit-il d'une philosophie et de pratiques identitaires ? La RSE suppose-t-elle une démocratie participative qui s'invite dans les affaires ou bien s'agit-il d'une tentative des organisations de s'approprier le rôle de porte-parole de la société civile ? La définition de la RSE est-elle universelle, voire universaliste, ou bien doit-on accepter (voire revendiquer) une polysémie et une dynamique selon les contextes économiques et culturels variés ?

La RSE a été problématisée très progressivement dans le champ managérial (Acquier, Aggeri, 2008) et, désormais, le modèle de l'entreprise capitaliste de Carr (1968) ou de Friedmann (1970) n'est plus dominant : la poursuite d'intérêts individuels n'est plus en contradiction avec l'intérêt collectif et la réalisation d'une harmonie sociale, d'un climat positif, facilite la gestion du personnel, diminue les risques de conflits et, en fin de compte, préserve le capitalisme lui-même.

Les « parties prenantes » au sein des entreprises comprennent et parfois revendiquent que les processus de production affectent des aspects non économiques de la société, comme le bien-être des employés, des clients, le développement des communautés locales, ou bien l'environnement naturel.

A priori, les stratégies et les pratiques RSO devraient prendre en compte toutes les externalités négatives et positives et tous les publics concernés par l'activité de l'organisation. En pratique, il est difficile d'identifier et de mesurer tous les impacts d'une organisation sur toutes les parties prenantes concernées. Les parties prenantes vont au-delà des actionnaires, des salariés et des clients : les pouvoirs publics et les citoyens, en particulier, sont à prendre en compte. Ainsi, étant donné que la RSO est une activité volontaire, le top management peut s'approprier le pouvoir de décider quels sont les publics concernés quelles sont leurs attentes respectives. En particulier, une entreprise n'est pas toujours (souvent ?) une structure démocratique, alors le management de la RSE peut-il s'inspirer des pratiques de la démocratie participative ? Peut-on envisager des forums d'expression des multiples parties prenantes, notamment pour les groupes internationaux dont les influences sont globales ? Comment mesurer le degré de représentativité sociale des publics et des attentes pris en compte dans le cadre de la RSO ? Dans quelle mesure l'écart entre le discours des organisations et leurs pratiques, assimilé à de l'hypocrisie organisationnelle, peut-il impacter la RSE/RSO ?

Comme aucune stratégie ne peut réussir sans l'implication des acteurs, il est aussi intéressant d'étudier le sens, pour les salariés, de la RSE/RSO et d'envisager une étude des capacités d'influence des salariés dont l'entreprise dispose (Barnett, 2007). Les salariés, acteurs principaux de la RSO, peuvent en effet en être à l'origine, en développant des pratiques qui ne s'articulent pas forcément avec les discours.

Les pratiques de responsabilité sociale des organisations sont des constructions sociales qui dépassent les organisations et sont façonnées par les différentes entités d'une organisation comme par les parties prenantes telles que les États, les ONG, les consommateurs, les médias, etc.

Les salariés (comme les clients) étant eux-mêmes aussi citoyens, il est important d'envisager comment les salariés s'engagent dans des attitudes et des actions qui peuvent dépasser les prescriptions formelles. La citoyenneté organisationnelle, intégrant la RSE, est une source d'avantage compétitif, car elle contribue à la performance globale de l'organisation (Frimousse & Peretti, 2015).

La communication organisationnelle s'est emparée du concept RSE probablement plus que les autres fonctions managériales. Pratiquement toutes les organisations communiquent sur leurs pratiques RSO. Certaines vont même jusqu'à prétendre que leur existence même est fondée sur cette responsabilité sociétale,

et des entreprises en répercutent les coûts sur leurs clients. Dans certains cas, une telle mobilisation de la RSO dans la communication institutionnelle ne décrédibilise-t-elle en fin de compte à la fois les entreprises et les actions menées ? On peut aussi se demander si la communication RSO est ou non éthique ?

La communication RSO peut-elle permettre un dialogue entre les intérêts et les voix des différentes parties prenantes ou bien la contrainte de loyauté vis-à-vis du top management la cantonne-t-elle dans un monologue avec peu d'intérêt pour les audiences visées ? S'agit-il d'une sous-discipline de la communication organisationnelle ou bien d'un principe de déontologie professionnelle ?

La RSO est présentée par toutes les organisations communicantes comme une philosophie au cœur de leur fonctionnement. Pourtant, certains rapports d'activité annuels destinés aux investisseurs présentent les problématiques RSO non pas comme une implication sociétale, mais comme un risque pour les propriétaires de l'entreprise. Sur ce point, le cas des entreprises du secteur social et solidaire est intéressant.

L'ambition de ce colloque est d'offrir une opportunité d'échanges sur toutes ces questions, dans une démarche pluridisciplinaire (économie, management, sociologie, philosophie, droit, communication, RH...). Quatre axes sont proposés :

Axe 1 : Les discours sur la RSO

L'évolution actuelle des conceptions relatives à la responsabilité des organisations vis-à-vis des sociétés semble avoir pour effet une convergence des discours, stratégiques en particulier. Est-il possible de vérifier cette convergence ? En particulier, l'analyse de cas d'organisations regroupant des entités implantées dans des pays différents est intéressante, tout comme celle d'entreprises du secteur de l'économie sociale et solidaire ou encore les établissements publics. Dans ce type d'organisations, la RSO peut-elle être envisagée comme un choix possible qui fait appel au volontarisme des organisations ? Existe-t-il des discours « communs » à visée universelle relatifs à la RSO ?

Axe 2 : Le ciblage des discours RSO

Comment sont construits les discours en fonction de leurs cibles ? Une distorsion discours à usage interne vs discours à usage externe est-elle manifeste ? Existe-t-il une forme de « globalisation » des discours ? La situation des organisations subventionnées, en particulier, ou bien concourant pour l'obtention d'un budget européen est intéressante à analyser.

Axe 3 : La diversité des pratiques

Au-delà des discours, qu'ils soient ou non convergents, comment s'articulent-ils avec les pratiques qui peuvent être différentes en fonction des pays et des secteurs d'activité. Quel ancrage sociétal peut-on mettre en évidence dans le cas d'entreprises implantées dans plusieurs pays, par exemple ? Dans quelle mesure l'ancrage territorial peut-il constituer un vecteur de R4SO ? Les discours ont-ils réellement des impacts sur une normalisation des pratiques, y compris organisationnelles ?

Axe 4 : Réalité stratégique de la RSO

Il est intéressant d'interroger les « stratégies RSO » et d'envisager, au-delà des discours et du déclaratif induits souvent par une stratégie communicationnelle, leur pertinence. S'agit-il réellement de « stratégies » ? Est-il possible, désormais, de mettre en évidence des « stratégies RSO » bien identifiable et opérationnelle ?

Références

- Acquier, A., & Aggeri, F. (2008), « Une généalogie de la pensée managériale sur la RSE », *Revue française de Gestion*, 1(80), pp. 131-157.
- Barnett, M. L. (2007), "Stakeholder influence capacity and the variability of financial returns to corporate social responsibility", *Academy of Management Review*, 32, pp. 794-816.
- Carr, A. Z. (1968), « Is Business Bluffing Ethical », *Harvard Business Review*, janvier-février, pp. 2-8.
- Côme, T., & Rouet, G. (2015), *Les innovations managériales*, Paris, L'Harmattan.
- Freeman, R. E. (1984), *Strategic Management. A Stakeholder Approach*, Boston, Pitman.
- Friedman, M. (1970), "The Social Responsibility of Business Is to Increase its Profits," *New York Times Magazine*, 13 septembre.
- Frimousse, S., & Peretti J.-M. (2015), « Regards croisés sur Engagement RSE & performance », *Question(s) de management*, 1(9), pp. 65-89.
- Raytcheva, S., & Rouet, G. (2016), *Les entreprises et l'intégration européenne*, Paris, L'Harmattan.

Propositions de contributions

Langues du colloque

Communication : Anglais, Français

Contributions écrites : Anglais, Français

Les propositions de contributions (titre, résumé de la proposition – 150 mots –, 4 à 6 mots-clés, présentation personnelle de l'auteur ou des auteurs) sont à adresser avant le **15 septembre 2018**, simultanément à

Emmanuel Aman-Morin, emmanuel.aman-morin@uvsq.fr

Stela Raytcheva, stela.raytcheva@uvsq.fr

Elka Vassilieva, elkav@unwe.bg

Les auteurs retenus recevront des instructions de mise en forme et devront adresser leur texte avant le **30 novembre 2018**. Une sélection des meilleures contributions sera proposée pour publication à la RIMHE.

Comité scientifique et d'organisation

Emmanuel Aman-Morin, ISM, UVSQ

Mourad Attarça, ISM, UVSQ

Imane Bouterfas, ISM, UVSQ

Martine Brasseur, Université Paris Descartes

Hervé Chomienne, ISM, UVSQ

Thierry Côme, Université de Reims-Champagne-Ardenne

Aline Lemeur, ISM, UVSQ

Carine Luangsay, Université de Dijon

Jana Marasova, Université Matej Bel, Banska Bystrica

Delphine Philip de Saint Julien, ISM, UVSQ

Stela Raycheva, ISM, UVSQ

Gilles Rouet, ISM, UVSQ

Elka Vassileva, Université d'économie mondiale et nationale