

ÉDITORIAL

La mise en œuvre d'une démarche de responsabilité sociétale impose aux entreprises de modifier leurs stratégies et leurs pratiques de management. Ce numéro de la Revue de l'Organisation Responsable illustre la diversité des attentes auxquelles les entreprises peuvent se trouver confrontées et la manière dont elles peuvent y répondre.

Dans le premier article de ce numéro, Blandine Labbé-Pinlon, Cindy Lombart et Didier Louis analysent les attentes des consommateurs à l'égard de la grande distribution alimentaire. En se fondant sur une expérimentation dans un magasin laboratoire, ils vérifient plus précisément si l'engagement d'une enseigne de ce secteur dans une démarche de responsabilité sociétale est compatible aux yeux des consommateurs avec la maîtrise de son image-prix. Le résultat de cette recherche est encourageant dans la mesure où le développement de l'offre de produits responsable sous la propre marque du distributeur ne se traduit pas par une dégradation de l'image-prix. Il semble que les consommateurs ont intégré le fait que la responsabilité sociétale des entreprises n'est pas forcément un coût supplémentaire et peut au contraire permettre une performance économique plus forte. En revanche, cette recherche confirme que les consommateurs restent globalement sceptiques à l'égard des démarches de responsabilité sociétale dans le secteur de la grande distribution.

Le deuxième article écrit par Vanessa Serret et Sylvie Berthelot porte sur les attentes des actionnaires à l'égard des entreprises et propose une analyse détaillée de l'activisme actionnarial au Canada. Les auteurs étudient le contenu et le sort de 269 propositions de résolution portant sur la responsabilité sociétale des entreprises. Elles constatent un développement de ces résolutions, notamment sur le changement climatique et la place des femmes dans les organes de direction des entreprises. Elles soulignent par ailleurs que le secteur bancaire est particulièrement visé par ces résolutions. Enfin, l'article met en avant le fait qu'un nombre important de propositions de résolutions est retiré avant l'assemblée générale, ce qui semble indiquer que cet activisme actionnarial exerce une réelle influence sur les entreprises qui préfèrent souvent modifier leurs pratiques pour éviter d'affronter un vote en assemblée générale.

Le troisième article s'intéresse aux attentes à l'égard des entreprises dans le domaine du management environnemental. Julie Olivero a mené une étude qualitative auprès de 19 établissements industriels dans le département des Bouches-du-Rhône faisant l'objet de préoccupations sociétales en raison de leur dangerosité. Après avoir mis en évidence le rôle prédominant de la réglementation et de la culture des dirigeants dans le développement du management des risques industrialo-environnementaux, elle analyse les obstacles dans ce domaine. Enfin, l'article propose une taxonomie de la décision organisationnelle de gestion des risques environnementaux faisant émerger quatre profils d'entreprises.

Dans le quatrième article de ce numéro, Simon Alcouffe, Nicolas Berland et Benjamin Drevetton s'intéressent aux attentes des différentes parties prenantes à l'égard des opérations de désamiantage. En s'appuyant sur quatre études de cas, les trois auteurs montrent l'influence respective des différentes catégories de parties prenantes sur ces opérations et leurs coûts. Cette influence varie en fonction de la manière dont le maître d'ouvrage perçoit le pouvoir et la légitimité de chaque partie prenante ainsi que l'urgence de ces attentes. L'article propose par ailleurs une typologie des coûts environnementaux qui intègre les dynamiques induites par l'influence perçue des parties prenantes.

Enfin, dans le dernier article de ce numéro, Bernard Guéry propose de s'appuyer sur la théorie politique aristotélicienne pour développer une conception intégrative de la responsabilité sociétale des entreprises. Constatant les difficultés théoriques de considérer que la poursuite des objectifs des parties prenantes puisse renforcer la performance de l'entreprise, il suggère de mobiliser les écrits d'Aristote pour mieux expliquer qu'un tel lien existe. Par son approche philosophique, cet article souligne l'intérêt de dépasser les sciences de gestion et de multiplier les approches théoriques pour mieux appréhender les enjeux de la responsabilité sociétale des entreprises.

Je vous souhaite une excellente lecture de ces cinq articles !

André SOBCZAK
Directeur de rédaction

À ABONNEZ-VOUS

REVUE de l'ORGANISATION RESPONSABLE

Conditions d'abonnement 2014

	<i>Individuel</i>	<i>Institutions</i>
• FRANCE	67 €	90 €
• ÉTRANGER	78 €	105 €

BULLETIN D'ABONNEMENT

*à retourner aux Éditions ESKA,
 12, rue du Quatre-Septembre, 75002 Paris - Tél. : 01 42 86 55 65 - Fax : 01 42 60 45 35*

Nom et Prénom

Adresse

Code Postal Ville Pays

Je désire m'abonner à la Revue de l'Organisation Responsable pour l'année 2014

Nombre d'abonnements Ci-joint la somme de € à l'ordre des Éditions ESKA.
(Une facture vous sera retournée comme justificatif de votre paiement).