SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE 1

PREMIERE PARTIE - PRESENTATION CONCEPTUELLE ET THEORIQUE DE LA RECHERCHE : DE LA DIFFUSION DE L'INFORMATION SOCIETALE À UNE INFORMATION SOCIETALE VERIFIEE 17

CHAPITRE 1 - LE REPORTING SOCIETAL COMME MECANISME DE DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES 19

Section 1 – Vers une évolution de la diffusion des informations sociétales 21
Section 2 – Les frontières réglementaires de la diffusion des informations sociétales 39
Section 3 – Revue de la littérature sur la diffusion des informations sociétales 62

CHAPITRE 2 – LA VERIFICATION SOCIETALE COMME MECANISME DE CREDIBILISATION DU REPORTING SOCIETAL 79

Section 1 – Le cadre conceptuel de la vérification des informations sociétales 81
Section 2 – Le cadre normatif de la vérification des informations sociétales 99
Section 3 – Revue de la littérature de la vérification des informations sociétales 117

CHAPITRE 3 - PRESENTATION DU DOUBLE CADRE THEORIQUE UTILISE POUR ETUDIER LA VERIFICATION SOCIETALE 133

Section 1 – Revue de la littérature des cadres théoriques utilisés en comptabilité sociétale 135
Section 2 - Deux approches théoriques dominantes pour étudier la vérification sociétale 153
Section 3 - Justification d'un double cadre théorique pour la recherche 161

DEUXIEME PARTIE - ETUDE EMPIRIQUE DE LA MISE EN PLACE DE VERIFICATION DES INFORMATIONS SOCIETALES DANS LE CONTEXTE FRANÇAIS 177

CHAPITRE 4 - ETUDE EXPLORATOIRE QUALITATIVE 179

Section 1 – Méthodologie de l'étude exploratoire 182
Section 2 – Résultats de l'analyse des entretiens semi-directifs 199
Section 3 – Discussion des résultats de l'étude exploratoire 213

CHAPITRE 5 - FORMULATION DES HYPOTHESES DE RECHERCHE ET PROPOSITION D'UN MODELE EXPLICATIF 227

Section 1 – Hypothèses de recherche issues de la littérature 230
Section 2 – Hypothèses de recherche issues de l'étude qualitative 252
Section 3 – Opérationnalisation des variables et présentation du modèle explicatif 260

CHAPITRE 6 - RESULTATS DES ANALYSES QUANTITATIVES 279

Section 1 – Démarche méthodologique 281
Section 2 – Analyse descriptive des données 296
Section 3 – Test du modèle et des hypothèses 312

CONCLUSION GENERALE 345

Bibliographie 353
Liste des annexes 381
Annexes 382
Liste des tableaux 423
Liste des figures 425
Liste des acronymes 427
Table des matières 429

INTRODUCTION GENERALE

Dans les débats économiques, sociaux et politiques actuels, un thème est omniprésent : le développement durable. Le partage des ressources, le respect de l'environnement, le principe de précaution et le respect des droits de l'homme sont au cœur des préoccupations en ce début de 21ème siècle. La contribution des entreprises aux enjeux du développement durable, concept nommé Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE), a également pris de l'ampleur ces dernières décennies. Ainsi, les Nations-Unis reconnaissent que « *les entreprises ont un rôle à jouer dans l'obtention d'un développement durable et qu'elles peuvent gérer leurs opérations de manière à stimuler la croissance économique et renforcer la compétitivité tout en garantissant la protection de l'environnement et en promouvant la responsabilité sociale*[1] ».

En septembre 1968, la première conférence internationale sur la gestion rationnelle et la conservation des ressources de la biosphère est organisée par l'UNESCO. En 1972, le Club de Rome rend public son rapport intitulé « Halte à la croissance ». La conclusion de ce rapport appelle à une *croissance zéro*, seul moyen pour faire reculer la raréfaction irréversible des ressources naturelles. La même année, la première conférence des Nations Unies sur l'environnement se tient à Stockholm. Lors de cette conférence, on voit émerger un concept nouveau d'*écodéveloppement* faisant référence à la nécessité d'un autre développement permettant de réconcilier les besoins légitimes de développement économique et de protection de l'environnement. Ce concept d'*écodéveloppement* contribue à l'émergence de celui de développement durable qui sera défini dans le rapport Brundtland (1987) comme « *un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs* ».

L'objectif du développement durable est de définir des schémas qui concilient trois aspects : économique, social et environnemental. L'aspect économique concerne la performance financière « classique » et la capacité à contribuer au développement économique de la zone d'implantation de l'entreprise. L'aspect social fait référence aux conséquences sociales de l'activité de l'entreprise au niveau de tous ses échelons (employés, fournisseurs, clients,

[1] Livre Vert juillet 2001 « Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises » : « Qu'est-ce que la responsabilité sociale des entreprises ? », p.28.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

communautés et société en général). Enfin, l'aspect environnemental correspond à la compatibilité entre l'activité de l'entreprise et le maintien des écosystèmes[2].

Lors du sommet de la Terre à Rio, réuni en 1992, plus de 170 pays reconnaissent la nécessité de mettre en œuvre un développement durable. Un programme mondial intitulé Agenda 21, composé de recommandations, est mis en place. Les sommets suivants, notamment le sommet de la Terre à Johannesburg en 2002, réaffirment la nécessité de lutter contre la pauvreté mondiale et la dégradation de l'environnement.

Dans son livre vert de 2001, la Commission Européenne précise que « *la plupart des définitions de la responsabilité sociale des entreprises décrivent ce concept comme l'intégration volontaire des préoccupations sociales et écologiques des entreprises à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes. Etre socialement responsable signifie non seulement satisfaire pleinement aux obligations juridiques applicables, mais aussi aller au-delà et investir davantage dans le capital humain, l'environnement et les relations avec les parties prenantes*»[3].

Entreprise citoyenne, éthique des affaires, responsabilité sociétale de l'entreprise, investissement socialement responsable et reporting sociétal sont des concepts qui introduisent une nouvelle approche qui se veut au service de la Société et du Citoyen. L'engouement croissant pour ces concepts qui se traduit par la responsabilisation des consommateurs, les préoccupations sociales et environnementales et les requêtes des groupes de pression sont autant de raisons pour les entreprises de se préoccuper de leur responsabilité sociale et environnementale.

Ainsi pour pourvoir à la demande et aux pressions des différentes parties prenantes (actionnaires, employés, consommateurs, fournisseurs, ONG…), les autorités et des acteurs privés ont mis en place des moyens permettant de répondre à ces besoins. Au cours des dernières années, on a vu apparaître des codes de conduites, des agences de notation extra-financières (Vigéo en France…), la loi sur les Nouvelles Régulations Economiques (NRE), les normes du Global Reporting Initiative (GRI). Plus récemment, c'est la norme ISO 26000 en cours d'élaboration, qui donne un nouveau souffle à l'encadrement des entreprises pour la mise en place de leur responsabilité sociétale. La norme ISO 26000 qui s'intitule « *Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale* », a pour objectif de définir et de clarifier le

[2] Afnor : site Internet www.afnor.org

[3] Livre Vert juillet 2001 « Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises » : « Qu'est-ce que la responsabilité sociale des entreprises ? » p.8.

concept de responsabilité sociétale et de le rendre applicable à tout type d'organisation (entreprises, collectivités territoriales, syndicats, associations….). Elle repose sur deux fondamentaux qui sont, d'une part, la volonté de l'organisation d'assumer la responsabilité des impacts de ses activités et de ses décisions sur l'environnement et la société et, d'autre part, d'en rendre compte au public à travers divers types de diffusion.

Les entreprises se sont peu à peu intéressées aux notions de responsabilité sociétale de l'entreprise, qui se sont introduites au fil des années dans leurs préoccupations. Pour Carroll (1979 p.500) « *la responsabilité sociétale de l'entreprise comprend les attentes économiques, légales, éthiques et discrétionnaires que la société a des organisations à un moment donné* ». Ainsi, selon Carroll (1979), il existe quatre catégories de responsabilités : la responsabilité économique, la responsabilité légale, la responsabilité éthique et la responsabilité discrétionnaire. Une action peut recouvrir toutes ces responsabilités en même temps. La responsabilité économique de l'entreprise consiste à produire des biens et des services dont les consommateurs ont besoin et également à réaliser un profit pour elle-même en les vendant. La responsabilité légale de l'entreprise désigne le fait que les entreprises doivent respecter les lois et les règlements lorsqu'elles réalisent leurs opérations économiques, et la société s'attend à ce que les entreprises respectent ce cadre légal. La responsabilité éthique englobe certaines activités et comportements ne rentrant pas dans le cadre légal, mais qui sont attendus de l'entreprise par les membres de la société. Dans la responsabilité discrétionnaire, les rôles sont purement volontaires et la décision de les assumer est guidée seulement par le désir de l'entreprise de s'engager dans des rôles sociaux qui ne sont ni mandatés, ni contraints par la loi, ni même attendus d'un point de vue éthique.
La responsabilité sociétale de l'entreprise est défini par Jones (1980 p.59-60) comme « *la notion selon laquelle les entreprises ont une obligation envers les groupes constituant la société autre que les actionnaires et au-delà des prescriptions de la loi ou contractuelles* ». Selon Wood (1991 p.695), « *l'idée de base de la responsabilité sociétale est que l'entreprise et la société sont inter reliées plutôt que des entités distinctes, ainsi la société a certaines attentes du comportement et des résultats spécifiques des entreprises* ».

A la suite de la médiatisation des catastrophes industrielles et de diverses crises sociales, les entreprises ont vu le champ de leur responsabilité s'élargir. Les entreprises devant s'adapter à cet élargissement de leur responsabilité, les dimensions environnementales et sociales de leur activité ont été peu à peu prises en compte. Cela a notamment eu pour conséquence d'inciter

les entreprises à rendre compte de ces nouvelles responsabilités à travers la diffusion d'informations sociétales. Ainsi, en plus de publier des informations sociétales à caractère obligatoire dans le rapport annuel (loi sur les Nouvelles Régulations Economiques du 15 mai 2001), certaines entreprises publient également de façon volontaire un rapport de développement durable consacré à ce type d'informations. Pesqueux (2002) définit ces rapports de développement durable comme étant « *des rapports d'activité sur l'impact écologique et social des éléments de la politique de responsabilité sociale* » (p.66). Le reporting sociétal est quant à lui défini par Capron et Quairel (2003) comme « *la diffusion d'informations environnementales et sociales produites par les entreprises à destination des tiers simultanément ou indépendamment de la reddition financière* » (p.3).

Cependant, à la suite de l'accroissement du reporting sociétal, des questionnements concernant la qualité et la confiance pouvant être accordées à ce type d'informations diffusées par les entreprises ont émergé (Rivière-Giordano, 2007a). Comme le précisent Evraert et Lacroix (2005), cet élargissement de l'information produite pose simultanément un problème de pertinence et de fiabilité. D'une part, les parties prenantes exigent autre chose qu'une simple information économique et financière et, d'autre part, ce besoin se heurte aux difficultés rencontrées pour rendre fiable une information diverse et spécifique (Evraert et Lacroix, 2005). Ainsi, la volonté d'accroître la fiabilité du reporting sociétal et de renforcer la confiance des utilisateurs dans l'information sociétale a amené les entreprises à réaliser des vérifications de ces informations. Comme le font remarquer O'Dwyer et Owen (2007), le constat est frappant : à la suite de l'accroissement de la diffusion de rapports de développement durable, de nombreuses entreprises passent à l'étape suivante de la vérification de ces informations par des tiers extérieurs.

L'engouement pour les concepts de développement durable et de responsabilité sociétale est aussi bien visible dans le monde professionnel qu'académique. En France, des associations regroupant des professionnels et des chercheurs et œuvrant en faveur de la responsabilité sociétale se sont créées. Il s'agit notamment de l'Observatoire sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises (ORSE) en 2000. En 2002, une Association pour le Développement de l'Enseignement et de la Recherche sur la responsabilité Sociale de l'Entreprise (ADERSE) a été créée par des enseignants, des chercheurs et des professionnels dans le but de promouvoir l'enseignement de la responsabilité sociétale de l'entreprise. En 2006, s'est créée l'Association du réseau International de recherche sur les Organisations et le Développement Durable (RIODD). Il s'agit d'une association scientifique, internationale et pluridisciplinaire

en sciences sociales dont l'objectif est de produire des connaissances validées, de les diffuser au sein de la société, auprès des communautés concernées et de nourrir ainsi le débat public.
Les recherches académiques, majoritairement anglo-saxonnes, se sont également multipliées depuis l'ouvrage de Bowen en 1953 « The *Social Responsibilities of the Businessman* ». En déclarant que les hommes d'affaires ont une obligation « *à poursuivre les politiques, à prendre les décisions ou suivre les lignes d'actions qui sont désirables en termes d'objectifs et de valeur de la société* », Bowen (1953)[4] a donc abordé ce que l'on peut appeler le débat moderne sur la responsabilité sociétale en allant au-delà d'une responsabilité économique et légale. Des modèles théoriques et explicatifs de la Responsabilité Sociétale et de la Performance Sociétale de l'Entreprise ont également vu le jour (Carroll, 1979 ; Sethi, 1979 ; Zenisek, 1979 ; Wartrick et Cochran, 1985 ; Wood, 1991 ; Clarkson, 1995). Dans le prolongement des recherches sur la responsabilité sociétale des entreprises (RSE), des recherches sur la manière dont l'entreprise doit et peut en rendre compte ont également émergé (Antheaume et Teller, 2001). Ainsi, de multiples recherches ont analysé les pratiques de diffusion d'informations sociétales (Patten, 1992 ; Oxibar, 2003 ; Cormier et al., 2004, Ben Rhouma, 2008). Aujourd'hui ce sont les études sur la vérification de celles-ci qui commencent à intéresser le monde académique (Park et Brorson, 2005, Deegan et al., 2006 ; O'Dwyer et Owen, 2007 ; Simnett et al., 2009). C'est dans ce cadre là que s'inscrit donc cette recherche.

Au cours de l'introduction, nous présentons le concept de vérification sociétale et la problématique de la recherche (1). Par la suite, nous exposons le protocole de la recherche (2). Les intérêts de cette étude sont également examinés (3). Enfin, le plan de la recherche fait l'objet d'un développement (4).

1. LA DEFINITION DES CONCEPTS ET LA PROBLEMATIQUE DE LA RECHERCHE

L'engouement des entreprises françaises pour la diffusion d'informations sociétales dans des rapports de développement durable annexés ou intégrés au rapport de gestion a été suivi d'un accroissement de leur vérification par un tiers extérieur à l'entreprise. Cette pratique discrétionnaire est donc mise en place par les entreprises de façon totalement volontaire. Même si la pratique de vérification sociétale en est encore à ses débuts, elle évolue

[4] Cité par Watrick et Cochran (1985 p.759)

rapidement (FEE, 2006 ; Kolk et Perego, 2010), et un grand nombre d'entreprises réalisent ces missions dans le but d'améliorer la crédibilité et la transparence de l'information sociale et environnementale (KPMG, 2005 ; Kolk et Perego, 2010). Selon l'étude menée par Deloitte (2007), 36 entreprises du SBF 120 (30%) ont fait vérifier volontairement une partie de leurs informations de développement durable 2007 par un tiers indépendant ; 29 de ces entreprises appartiennent au CAC 40 (72,5% de l'indice). Plusieurs interrogations ont amorcé les réflexions sur la mise en place de pratiques de vérification sociétale. Quelle crédibilité peut-on accorder aux informations sociétales diffusées par les entreprises ? Qui doit vérifier ces informations ? Comment ce travail peut-il être envisagé ? (Igalens, 2004a). En France, en 2004, un groupe de travail de l'ORSE s'est intéressé à ce sujet en partant de la réflexion suivante : « *Faut-il aller vers une certification des informations sociétales que les entreprises publient dans leur rapport de développement durable ou de responsabilité sociétale ?* ».

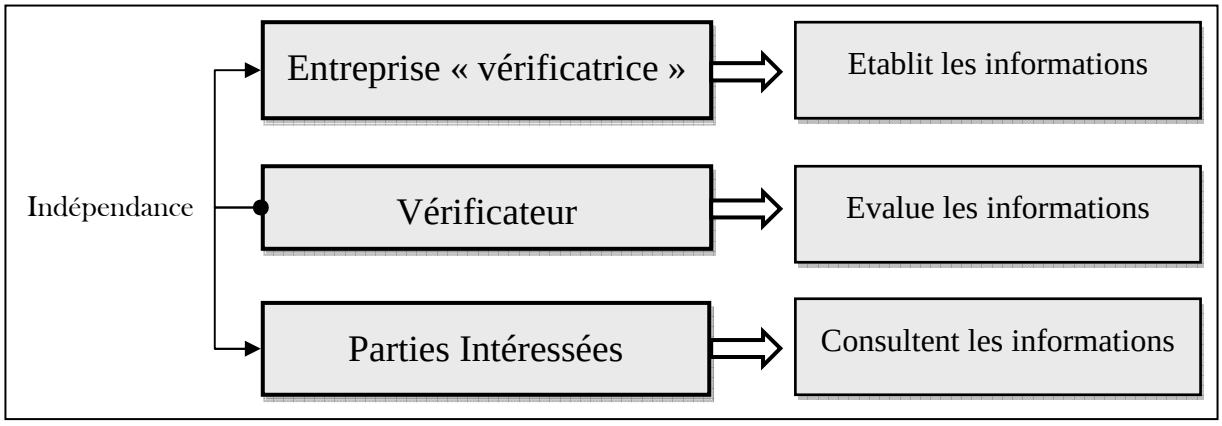
Ainsi, notre recherche a pour objet l'étude de la mise en place d'une vérification volontaire des informations sociétales. Son objectif est d'étudier les facteurs pouvant avoir une influence sur la mise en place par les entreprises d'une vérification volontaire des informations sociétales par un tiers extérieur. Dans cette perspective, la question de recherche est formulée de la manière suivante :

Quels sont les déterminants de la mise en place d'une vérification volontaire des informations sociétales ?

La vérification sociétale est ainsi définie par l'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) comme une mission « *…dans laquelle un praticien exprime une conclusion destinée à augmenter le degré de confiance d'éventuels utilisateurs, autres que la partie responsable, concernant le résultat de l'évaluation ou de la mesure d'un sujet, à l'aune de critères* » (p.150). Cette définition provenant du conseil des normes internationales d'audit et d'assurance est la plus utilisée dans la littérature académique. Ainsi, la vérification est décrite comme un mécanisme permettant d'augmenter la confiance des utilisateurs dans l'information diffusée (Deegan et al., 2006 ; Zadek et al., 2004 ; Rivière-Giordano, 2007a). Comme le précise Power (2005), le besoin de confiance prédomine dans la société actuelle, la vérification peut être un des outils permettant d'atteindre cette confiance. En effet, les attentes de la société en termes de transparence, de confiance et de fiabilité des informations se sont accrues ces dernières années, et par la suite le besoin de vérification s'est fait ressentir. Selon

une étude de KPMG (2006), l'importance croissante du besoin de vérification provient « …*de la demande de la part du management d'informations fiables et crédibles, pour gérer les risques environnementaux et sociaux de l'entreprise et de la part des parties prenantes qui veulent l'assurance que le rapport représente vraiment les efforts et aboutissements de l'entreprise* » (p.18). Cette vérification des informations sociétales permet donc de fiabiliser le reporting et de renforcer la confiance des utilisateurs dans l'information (Duong 2004 ; Igalens, 2004a ; Rivière-Giordano, 2007a). La vérification étant effectuée par un tiers extérieur et indépendant, elle permet de garantir l'objectivité et la crédibilité de la démarche (Beets et Souther, 1999). Selon Capron et Quairel (2001, p.66), « *la confiance accordée à l'information diffusée dépend très largement de la vérification par une tierce partie* ». La vérification sociétale fait donc intervenir trois parties : l'entreprise, le fournisseur de la prestation et les parties intéressées. L'entreprise établit les informations sociétales, le vérificateur les vérifie et les parties intéressées consultent ces informations vérifiées. Dans cette relation tripartite, le fournisseur doit alors être indépendant des deux autres parties (Igalens, 2004a). La figure 1 présente cette relation.

Figure 1 : La relation tripartite dans la vérification sociétale

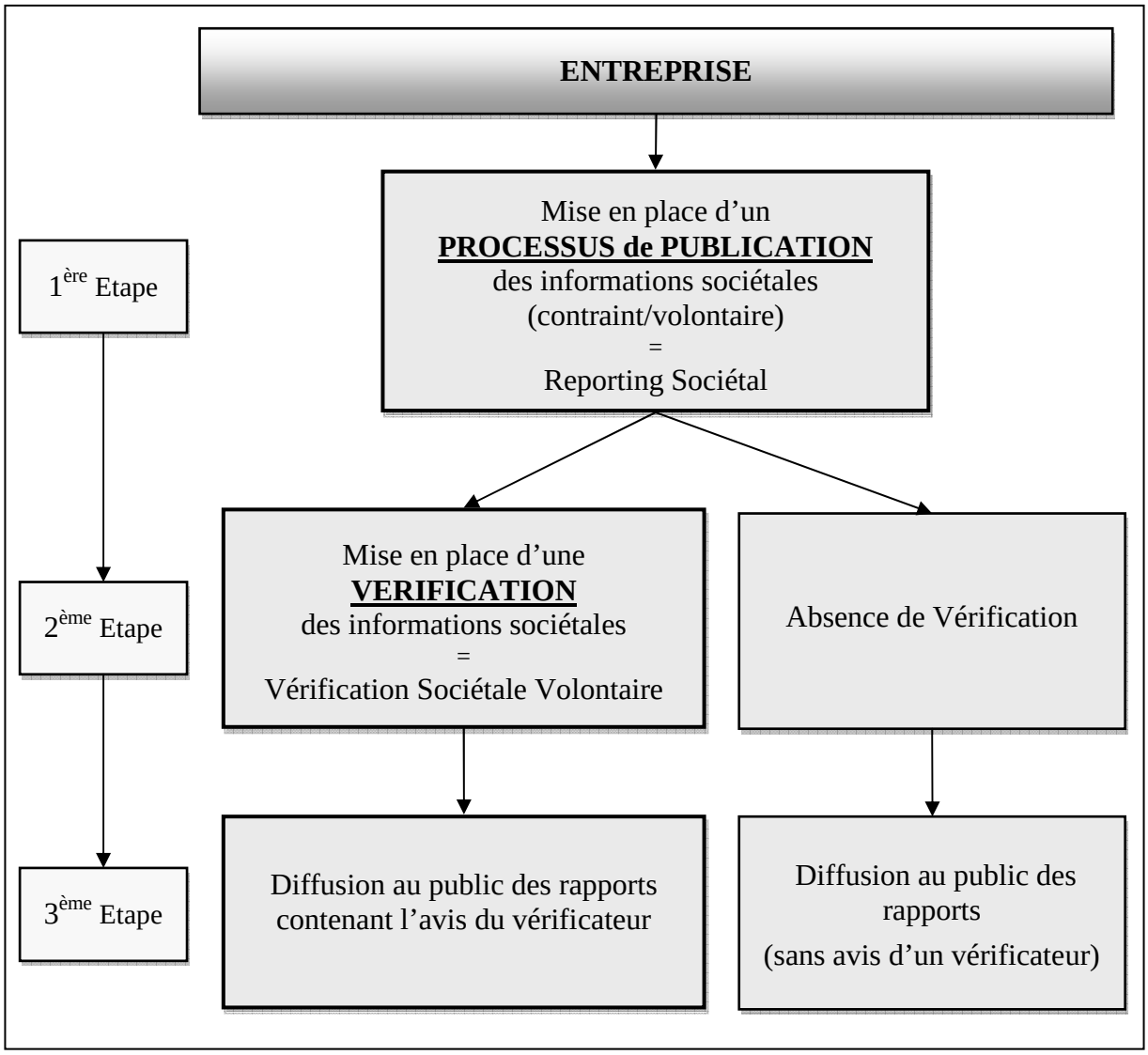


Source: Construit d'après Igalens (2004a, p.154).

La vérification sociétale est présentée comme s'insérant dans une démarche plus large comportant différentes étapes allant de la décision de réaliser un reporting sociétal à la vérification de ces informations, la dernière étape de cette démarche se concluant par la publication d'informations sociétales vérifiées par un tiers extérieur et indépendant (Antheaume, 2003 ; Park et Brorson, 2005). Les deux étapes majeures de ce processus, qui permettent de situer notre recherche sont donc : la mise en place d'un reporting sociétal et la

réalisation d'une vérification sociétale. La figure 2 présente la démarche dans laquelle est insérée la vérification des informations sociétales.

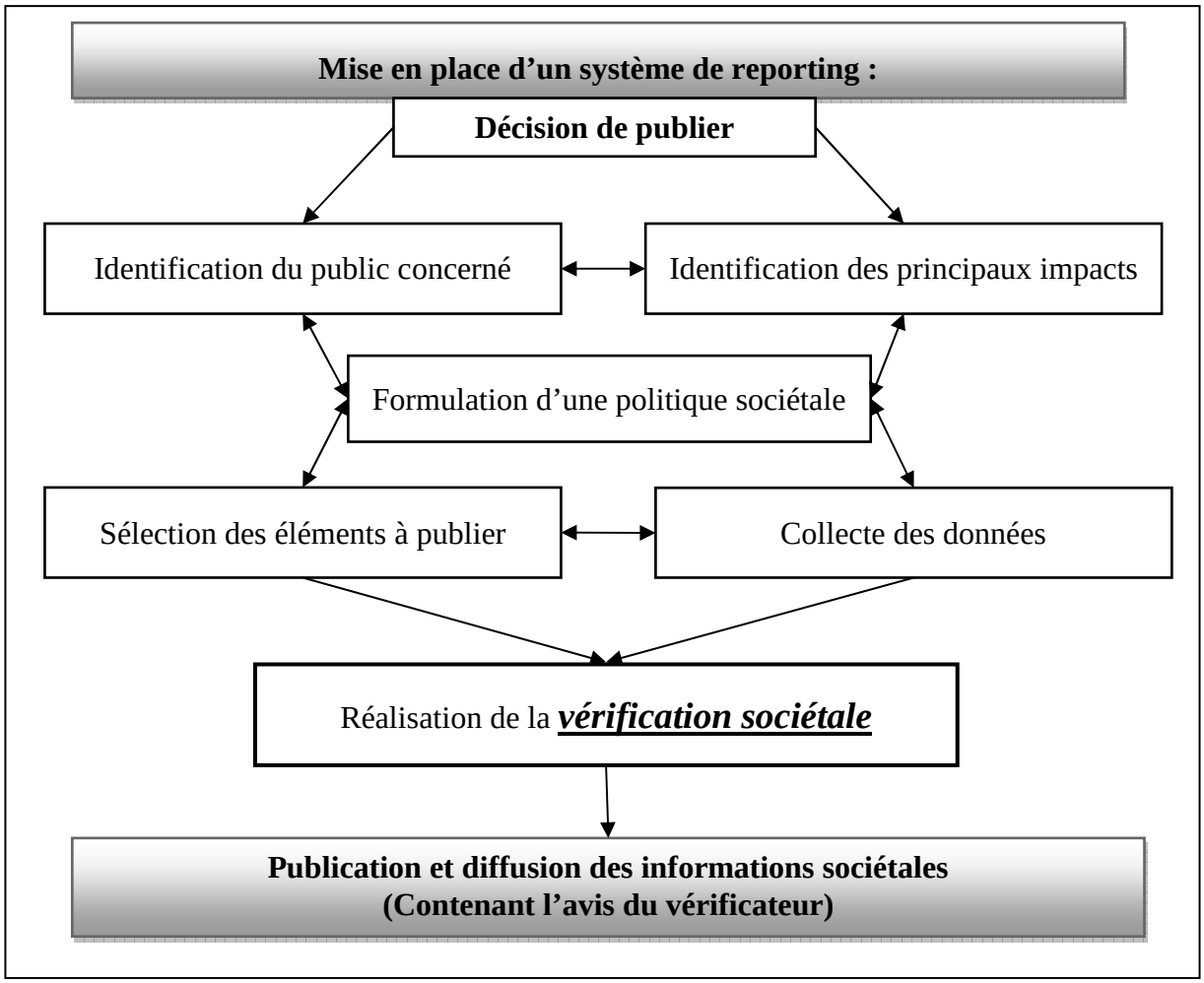
Figure 2 : Le processus d'intégration de la vérification sociétale



Après avoir présenté le processus général d'intégration de la vérification sociétale, il convient de présenter plus précisément les étapes se situant en amont de la publication finale du rapport de développement durable. A la suite de la décision de diffuser des informations sociétales, les entreprises identifient le public cible et les principaux impacts de la mise en place d'un reporting sociétal. La politique sociétale peut ainsi être formulée. Viennent ensuite la sélection des éléments à publier ainsi que la collecte des données. Une fois cela effectué, l'entreprise peut décider de mettre en œuvre une vérification sociétale (Antheaume, 2003 ; Park et Brorson, 2005). La figure 3 présente les étapes entre la décision de recourir à un

reporting sociétal et la publication du rapport final contenant les informations sociétales. Comme le montre cette figure la vérification sociétale est l'une de ces étapes.

Figure 3 : Les étapes en amont de la publication définitive des informations sociétales



Source: Construit d'après Antheaume (2003, p.356).

Pour que la mise en place d'une vérification sociétale garantisse une fiabilité de l'information, il faut que ce processus soit un minimum normalisé. Pour réaliser sa mission, le vérificateur va donc s'appuyer sur des normes qui sont apparues ces dernières années. Même si des progrès sont encore à faire en la matière, les lignes directrices de la Global Reporting initiative (GRI), l'Assurance Standard AA1000AS et l'ISAE3000 (International Standard on Assurance Engagement) semblent être les principes les plus reconnus en la matière. Malgré l'existence de disparités entre ces standards, leur combinaison apparaît être un moyen judicieux de mettre en œuvre une mission de vérification externe des informations sociétales (Lansen-Rogers et Oelschlaegel 2005 ; Rivière-Giordano, 2007a).

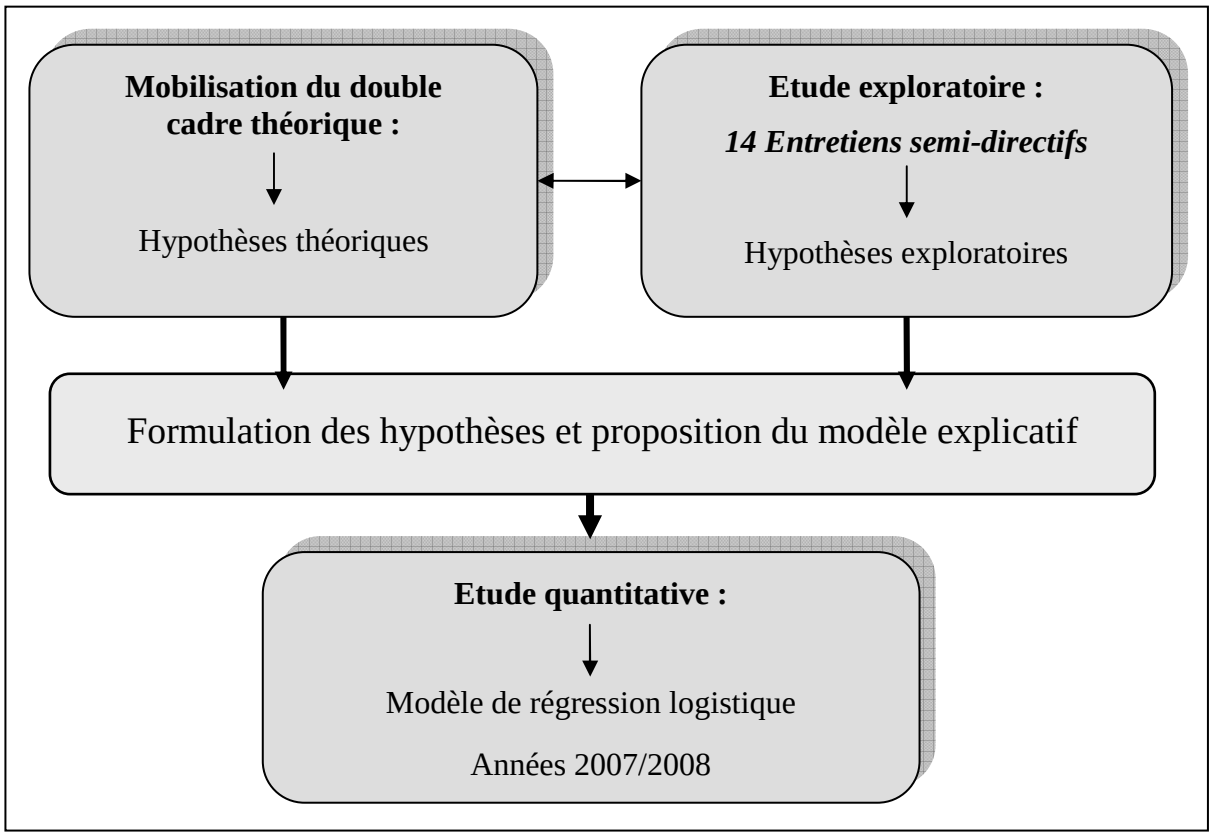
Contrairement aux études sur les déterminants et les effets de la diffusion d'informations sociétales, les recherches académiques sur ces nouvelles formes de vérification extra-financière ne sont pas nombreuses et des incompréhensions subsistent sur la nature et l'étendue de cette pratique émergente (Hasan, et al., 2005 ; Knechel et al., 2006 ; Kolk et Perego, 2010). Le peu d'études spécifiques aux déterminants de la vérification des informations sociétales est un constat qui ressort de la littérature académique. En effet, les premières recherches portant sur ce théme ont essentiellement analysé et décrit le processus de vérification, les différents niveaux utilisés et le type de prestataire réalisant la mission (Wallage, 2000 ; Deegan et al., 2005 ; Park et Brorson, 2005 ; Deegan et al., 2006 ; O'Dwyer et Owen, 2007 ; Mock et al., 2007). Par conséquent, notre travail vise, dans un premier temps, à étudier la pratique de vérification sociétale dans le contexte français. Dans un second temps, il consiste à identifier les facteurs explicatifs de la mise en place d'une telle pratique.

2. LE PROTOCOLE DE LA RECHERCHE

Deux étapes successives constituent la démarche méthodologique. La première étape est une étude exploratoire qualitative qui consiste à mieux cerner le sujet, affiner la problématique de recherche et faire émerger des hypothèses et des idées qui ne seraient pas apparues au cours des lectures théoriques. La deuxième étape consiste à réaliser une étude quantitative dont l'objectif est d'analyser les facteurs contractuels et institutionnels de la mise en place d'une vérification sociétale par les entreprises françaises.

La figure 4 présente le protocole de la recherche.

Figure 4 : Présentation du protocole de la recherche



La première étape de la recherche empirique est la réalisation d'une étude exploratoire qualitative. Cette étude a un double objectif : éclairer l'objet de recherche en complétant la littérature et contribuer à la formulation des hypothèses de recherche. L'étude qualitative menée consiste à réaliser des entretiens semi-directifs auprès de divers acteurs concernés par la vérification sociétale. Les entretiens sont réalisés à l'aide de guides d'entretiens préalablement définis et spécifiques à chaque catégorie d'acteurs. Pour diversifier les points de vue et avoir une vision variée des motivations et déterminants de la vérification sociétale, trois catégories d'acteurs sont sélectionnées. La première catégorie concerne les entreprises mettant ou non en place une vérification de leurs informations sociétales. Cet échantillon est composé de responsables développement durable de grands groupes français. La deuxième catégorie d'acteurs interviewés concerne les cabinets d'audit internationaux. Lors de cette phase, les experts développement durable en charge des missions de vérification des informations sociétales dans les cabinets d'audit ont été sollicités. Enfin, la troisième série d'entretiens a été menée auprès de diverses parties prenantes pouvant apporter des informations importantes pour la suite de la recherche. Les parties interrogées étaient des agences de notation extra-financière et un expert développement durable auprès d'une

organisation patronale. Les données collectées au cours des entretiens sont analysées par la méthode de l'analyse de contenu thématique.

Après avoir réalisé la phase exploratoire, une méthodologie quantitative est mise en œuvre. L'objectif de cette étude est d'analyser quantitativement les facteurs explicatifs de la mise en place d'une vérification sociétale. Les théories contractuelles et les théories néo-institutionnelles constituent le cadre théorique mobilisé dans la recherche. Ainsi, il s'agit de tester les hypothèses de recherche provenant de notre double cadre théorique et celles qui émergent de la phase exploratoire. S'agissant des hypothèses contractuelles, nous étudions l'impact des facteurs économiques sur la mise en place d'une vérification sociétale par les entreprises. Nous considérons également l'impact de la gouvernance interne sur la vérification volontaire des informations sociétales. Enfin, l'influence des variables structurelles sur la mise en place d'une vérification sociétale est testée. S'agissant des hypothèses institutionnelles, nous étudions l'influence des pressions coercitives et médiatiques ainsi que le positionnement de l'entreprise en matière de RSE et la pression normative sur la mise en place d'une vérification sociétale.

Les données recueillies concernent une période de deux ans : 2007 et 2008. Ainsi, les analyses sont réalisées en deux temps. Il s'agit en premier lieu d'estimer un modèle pour chaque année d'observation, ce qui nous conduit à estimer deux modèles : un modèle pour 2007 et un modèle pour 2008. En second lieu, il s'agit d'estimer un modèle longitudinal avec les données « poolées », c'est-à-dire en incorporant l'ensemble des observations 2007 et 2008. Cette étude quantitative consiste à estimer une régression multivariée de type logistique dans laquelle la variable à expliquer est la mise en place de la vérification sociétale. Le choix du modèle logistique résulte du fait que cette variable est dichotomique : égale à l'unité si l'entreprise opte pour la vérification de ses informations sociétales et zéro sinon. L'échantillon de l'étude est composé des entreprises du SBF 120 pour les deux années consécutives : 2007 et 2008.

3. LES INTERETS DE LA RECHERCHE

Les intérêts de cette recherche sont triples. Tout d'abord, sur le plan théorique, notre recherche contribue à améliorer la compréhension des pratiques de vérification sociétale. La recherche présente également un caractère extensif dans la mesure où peu d'études se sont

intéressées aux facteurs explicatifs de la mise en place d'une vérification sociétale (Herda et Taylor, 2009 ; Simnett et al., 2009 ; Kolk et Perego ; 2010). De plus, ces études étant toutes anglo-saxonnes, cette thèse est la première à s'être penchée sur les déterminants de la mise en place d'une vérification sociétale dans le contexte français. Par rapport aux recherches antérieures, un des intérêts majeurs de ce travail résulte de la mobilisation d'un double cadre théorique. Celui-ci permet ainsi d'analyser les facteurs à la fois contractuels et institutionnels influençant le recours à une vérification sociétale. Ainsi, la présente recherche contribue à enrichir la littérature académique sur les pratiques de vérifications sociétales.

Ensuite, sur le plan méthodologique, le principal intérêt résulte de l'utilisation de diverses méthodologies empiriques. La combinaison d'une étude exploratoire qualitative et d'une étude quantitative a pour objectif de répondre à des stratégies de connaissances différentes. La première étude qualitative, à visée exploratoire, consiste à réaliser des entretiens semi-directifs. La deuxième étude quantitative consiste à procéder à des régressions logistiques afin de tester empiriquement l'influence de facteurs explicatifs sur le recours à une vérification sociétale. Les recherches antérieures sur la vérification sociétale n'ayant encore jamais combiné des méthodes qualitatives et quantitatives, l'utilisation conjointe de ces deux méthodes témoigne donc de l'originalité de cette approche.

Enfin, d'un point de vue managérial, cette recherche peut présenter un intérêt pour les organismes de normalisation, pour les entreprises elles-mêmes ainsi que pour les utilisateurs des informations sociétales. La recherche peut contribuer à faire avancer les réflexions des normalisateurs ou organisations internationales, notamment de la Fédération Internationale des Comptables (IFAC) et de l'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) quant aux évolutions des normes entourant cette pratique telles que l'ISAE3000 ou l'AA1000AS. Ainsi, ce travail peut aider à la réflexion sur l'amélioration de la normalisation. Ensuite, les entreprises sont également concernées par la présente recherche. Pour celles qui ne réalisent pas encore cette vérification, il peut s'agir d'un moteur incitatif à la mise en place d'une telle pratique. Enfin, concernant les utilisateurs des informations sociétales, une meilleure compréhension des comportements des entreprises dans le recours à une vérification des informations sociétales peut leur permettre de juger de la pertinence du reporting sociétal.

4. LE PLAN DE LA RECHERCHE

Ce travail de recherche est articulé autour de deux parties.

La *première partie* est consacrée à la présentation des aspects conceptuels et théoriques de la recherche. Elle est structurée en trois chapitres.

Les deux premiers chapitres sont exposés suivant la démarche et la réflexion scientifique menée lors de la réalisation de la thèse. Dans une première étape, la littérature académique portant sur le reporting sociétal a été examinée. La littérature relative à la vérification sociétale a été étudiée dans une seconde étape. Le choix de présenter dans un premier chapitre le reporting sociétal puis dans un second la vérification sociétale résulte également de la chronologie des étapes du processus de diffusion. Dans ce processus, les entreprises décident tout d'abord de mettre en place un reporting sociétal, puis elles décident de réaliser ou non une vérification sociétale. Ainsi, la vérification vient chronologiquement après le reporting sociétal.

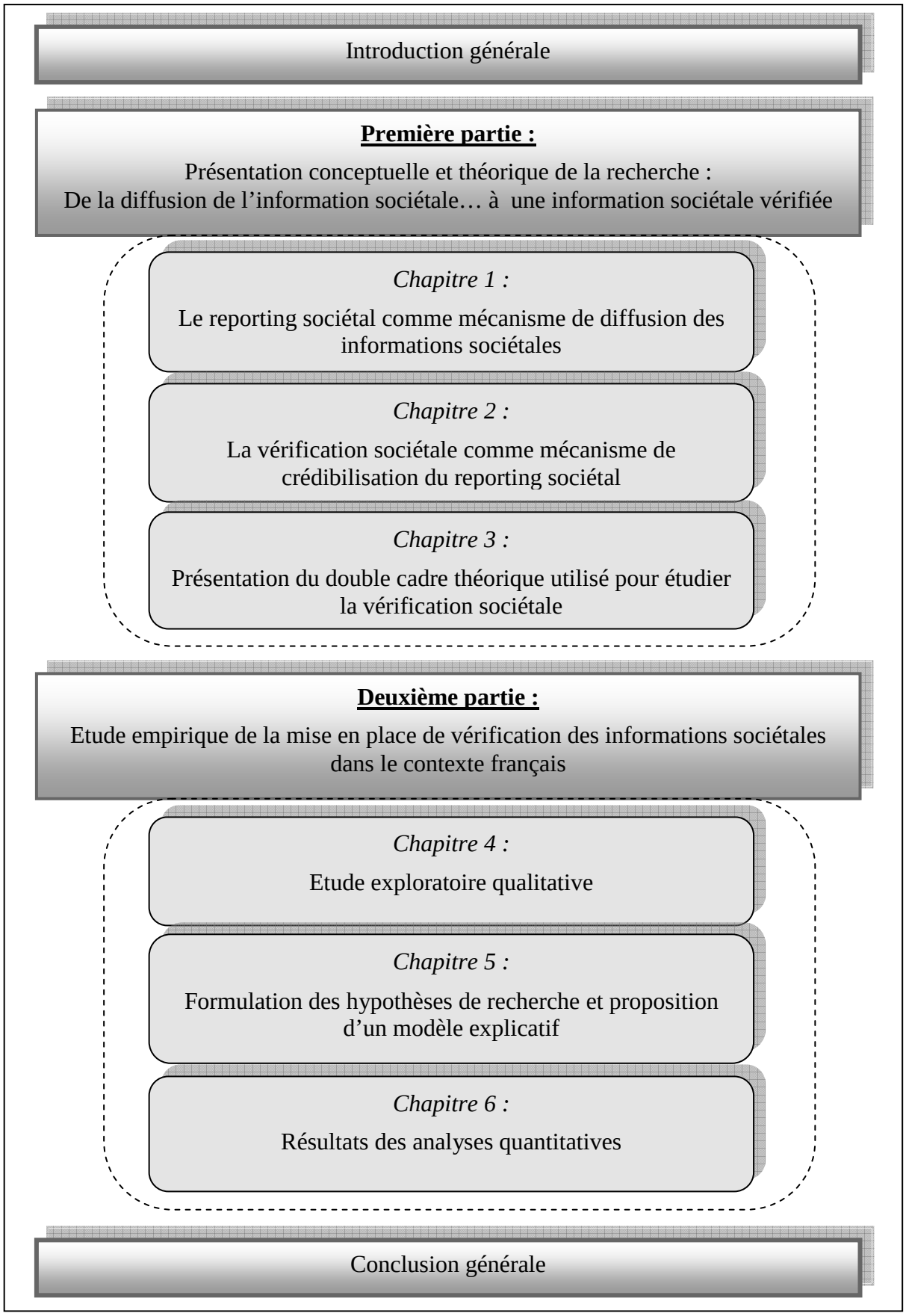
Le premier chapitre s'interroge donc sur le concept de reporting sociétal. Une réflexion est menée sur la pertinence de ce reporting et sur son utilisation par les entreprises comme moyen de diffuser des informations à caractère social et environnemental. Ce chapitre a pour première mission de clarifier ce concept en revenant sur les diverses définitions qui ont été données dans la littérature académique. Deuxièmement, il vise à présenter les aspects réglementaires et normatifs du reporting sociétal. Pour ce faire, un panorama des lois en vigueur dans les pays est dressé. Les particularités du contexte français sont détaillées. Les normes les plus répandues en la matière sont également présentées. La troisième mission de ce chapitre est de présenter les études académiques sur le reporting sociétal et d'en exposer leurs limites. Celles-ci ont trait essentiellement aux mesures des variables utilisées. Les études empiriques font surtout émerger des questionnements sur la confiance pouvant être accordée à l'information diffusée par les entreprises.

Le deuxième chapitre porte sur le concept de vérification sociétale. La vérification des informations sociétales est ici étudiée en tant que mécanisme permettant de fiabiliser le reporting sociétal. La présentation conceptuelle nécessite de revenir sur les étymologies et terminologies de l'audit pour comprendre le choix de l'utilisation du terme « vérification ». Une fois le processus et la mission de vérification présentés, les aspects normatifs sont exposés. La littérature académique sur la mise en place de pratiques de vérification sociétale permet de mieux comprendre le processus de vérification, le choix des niveaux utilisés, les

types de vérificateurs réalisant des missions ainsi que les motivations des entreprises à recourir à cette vérification. Les études analysant les facteurs explicatifs nécessitent d'être exposées et permettent de mettre en évidence des limites méthodologiques et théoriques.
Le troisième chapitre précise le cadre théorique mobilisé pour l'étude des facteurs explicatifs de la vérification sociétale. L'examen des différents cadres théoriques envisagés dans la littérature permet d'apprécier leur pertinence par rapport à notre sujet de recherche. Notre choix se porte sur double cadre théorique combinant les théories contractuelles et néo-institutionnelles. Chaque théorie est présentée de façon générale puis est repositionnée dans le contexte de la recherche. Enfin, est justifié le choix de ce double cadre théorique : les études portant sur la vérification sociétale étant à la croisée de plusieurs champs de recherche, elles nécessitent l'utilisation d'un cadre multi-théorique.

La *deuxième partie* est dédiée à l'étude empirique de la mise en place de la vérification des informations sociétales dans le contexte français. Elle a pour objectif de répondre à la question de recherche. Trois chapitres composent cette deuxième partie.
La première étape de la phase empirique est exposée dans le quatrième chapitre. Il s'agit de l'étude exploratoire qualitative menée à l'aide d'entretiens semi-directifs. Ce chapitre se concentre donc sur la présentation de ces entretiens, leur déroulement ainsi que sur leur analyse à partir de la méthode de l'analyse de contenu thématique. Les résultats de l'étude qualitative sont ensuite présentés et font l'objet d'une discussion.
Le cinquième chapitre de la thèse expose les hypothèses de recherche. Elles se divisent en deux catégories : les hypothèses contractuelles et néo-institutionnelles. Ces hypothèses émergent d'une part de la littérature et d'autre part de l'étude exploratoire. Elles permettent de construire le modèle explicatif de la vérification sociétale.
Enfin, le sixième chapitre aborde l'étude quantitative menée sur un échantillon constitué d'entreprises françaises cotées. Ce chapitre a tout d'abord pour objectif de décrire l'échantillon et les choix méthodologiques retenus. Il fait également l'objet d'analyses descriptives sur les données de l'échantillon. Enfin, le dernier objectif de ce chapitre est de présenter les résultats des tests du modèle et des hypothèses de recherche, obtenus à l'aide de régressions logistiques.
Le plan de la recherche est illustré dans la figure suivante.

Figure 5 : Plan de la recherche



PREMIERE PARTIE - PRESENTATION CONCEPTUELLE ET THEORIQUE DE LA RECHERCHE : DE LA DIFFUSION DE L'INFORMATION SOCIETALE A UNE INFORMATION SOCIETALE VERIFIEE

L'objectif de la présente recherche consiste à étudier les déterminants du choix des entreprises de recourir à une vérification des informations sociétales. Pour répondre à cet objectif, les aspects théoriques sont abordés dans cette première partie. La compréhension du contexte particulier de la vérification des informations sociétales constitue un préalable nécessaire à la réalisation de l'étude empirique.

La première partie s'articule autour de trois chapitres. Le premier chapitre consiste à présenter les aspects théoriques relatifs au reporting sociétal. Nous verrons que le reporting sociétal est analysé comme un mécanisme de diffusion d'informations sociétales (Chapitre 1). Après avoir présenté les origines et évolutions de ce reporting, les réglementations et normalisations entourant cette pratique sont exposées. Nous présentons également dans ce chapitre la littérature existante et les travaux académiques antérieurs. Le deuxième chapitre est consacré à l'étude de la vérification des informations sociétales (Chapitre 2). Le cadre conceptuel de la vérification sociétale est présenté. Pour comprendre le choix de l'utilisation du terme « vérification », il est nécessaire de revenir sur l'étymologie et les origines des termes utilisés dans la littérature. De plus, l'étude de l'aspect normatif de la vérification sociétale permet de mieux appréhender les contours de cette pratique. Pour compléter ce deuxième chapitre, la littérature académique se référant à la vérification volontaire externe, et dans le contexte particulier de la diffusion d'informations sociétales, est présentée. Enfin, le troisième chapitre a pour objectif d'identifier les cadres théoriques pouvant être mobilisés dans les recherches sur la vérification sociétale et de montrer l'intérêt de mobiliser un double cadre théorique (Chapitre 3). Pour ce faire, dans un premier temps une revue de la littérature des cadres théoriques utilisés en comptabilité sociétale est présentée. Dans un second temps, nous exposons les deux approches théoriques dominantes pour étudier la vérification sociétale. Ainsi, la vérification sociétale est étudiée au regard d'un cadre multi-théorique combinant l'approche contractuelle et l'approche néo-institutionnelle de la légitimité. Enfin, dans un troisième temps, nous justifions l'utilisation de ce double cadre théorique pour la présente recherche.

CHAPITRE 1 - LE REPORTING SOCIETAL COMME MECANISME DE DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES

CHAPITRE – 1

Le reporting sociétal comme mécanisme de diffusion des informations sociétales

Introduction

SECTION 1- VERS UNE EVOLUTION DE LA DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES

1. Les origines et les définitions de la diffusion des informations sociétales

2. Les évolutions dans les pratiques de diffusion des informations sociétales

SECTION 2 – LES FRONTIERES REGLEMENTAIRES DE LA DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES

1. Les régimes réglementaires nationaux

2. Le cadre légal français

3. Une multiplicité d'initiatives internationales

SECTION 3 – REVUE DE LA LITTERATURE SUR LA DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES

1. Un panorama des études sur la diffusion des informations sociétales

2. Les facteurs explicatifs de la diffusion des informations sociétales

3. Les limites des études sur la diffusion d'informations sociétales

Conclusion

INTRODUCTION DU CHAPITRE 1

A la suite de l'extension du champ des responsabilités des entreprises et de la médiatisation des problèmes écologiques et sociaux, les organisations ont été de plus en plus nombreuses à diffuser des informations dites « extra-financières ». Même si ces pratiques ne sont pas nouvelles et remontent selon Capron (2000a) à la période entre le New-Deal et la seconde Guerre Mondiale, la mise en place par les entreprises de systèmes de reporting sociétal s'est accrue ces dernières années.

Cette évolution s'est accompagnée de changements au niveau de l'élaboration de lois, réglementations et recommandations. Ainsi, une normalisation internationale la Global Reporting Initiative (GRI) a vu le jour afin d'édicter des lignes directrices et des indicateurs pour la publication d'informations sociétales. En France, la dimension réglementaire relève essentiellement de la loi sur les Nouvelles Régulations Economiques (NRE) de 2001.

Le monde académique a également suivi la vague et de nombreuses recherches se sont penchées sur les pratiques et les systèmes de reporting sociétal. Aux premières recherches descriptives s'en sont suivies des analyses explicatives qui ont permis d'identifier les facteurs explicatifs du comportement des entreprises en matière de diffusion d'informations sociétales.

Après avoir exposé les évolutions dans le champ de la diffusion d'informations sociétales (section 1), nous présentons dans une section suivante les diverses lois et recommandations majeures dans le domaine (section 2). Enfin, nous présentons une synthèse de la littérature concernant la diffusion des informations sociétales (section 3).

SECTION 1 – VERS UNE EVOLUTION DE LA DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES

Le champ du reporting sociétal apparaît comme un champ en constante évolution. Depuis les débuts de l'apparition de telles pratiques jusqu'à aujourd'hui, les définitions du reporting sociétal n'ont cessé de foisonner, créant des confusions sémantiques. Ainsi, il apparaît que la définition du reporting sociétal n'est pas évidente (Acquier, 2007) et suppose une réflexion sur son positionnement dans le champ de la comptabilité sociétale. Ce questionnement sur la définition du reporting sociétal amène une réflexion sur les enjeux que ce type de diffusion d'informations peut avoir pour les producteurs, mais également pour les destinataires de l'information. Malgré les multiples apports de ce reporting, des incertitudes apparaissent, notamment quant à la qualité des informations diffusées (Quairel, 2004, Rivière-Giordano, 2007a).

Dans un premier temps, nous étudions les origines du reporting sociétal et nous mettons en avant les différentes définitions existantes dans la littérature (1). Dans un deuxième temps, nous nous concentrons sur les évolutions du reporting sociétal (2).

1. LES ORIGINES ET LES DEFINITIONS DE LA DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES

Le reporting sociétal est présenté comme s'intégrant pleinement dans le champ de la comptabilité sociétale (1.1). Les évolutions dans les pratiques de diffusion d'informations sociétales sont ensuite exposées (1.2).

1.1 POSITIONNEMENT DU REPORTING SOCIETAL AU SEIN DE LA COMPTABILITE SOCIETALE

Les premières recherches dans le domaine de la comptabilité sociétale ont vu le jour au début des années 1960 aux Etats-Unis. Cependant, c'est dans les années 1990 que l'engouement profond pour ce domaine de recherche émerge. En effet, à la suite de la médiatisation de

catastrophes industrielles telles que le nuage de gaz toxique à Bhopal[5]ou plus récemment l'explosion de l'usine AZF à Toulouse[6] et des crises sociales comme les plans de licenciements massifs de Danone[7], ou encore la remise en cause des conditions de travail des salariés de Nike en Asie[8], les entreprises ont vu le champ de leur responsabilité s'élargir. Ne privilégiant désormais, plus uniquement la dimension économique de leur activité pour générer des profits, mais également des dimensions environnementales de protection de l'environnement, et sociales de réalisation d'objectifs sociaux, les entreprises ont du s'adapter à cet élargissement de leur responsabilité désormais sociétale. Ainsi, le mot « sociétal » est utilisé pour regrouper à la fois les aspects environnementaux, sociaux mais aussi économiques issus des trois dimensions du développement durable.

L'élargissement du champ des responsabilités des entreprises s'est notamment traduit par la volonté des entreprises de rendre compte des nouvelles responsabilités auxquelles elles font désormais face. Ainsi, dans le prolongement des recherches sur la responsabilité sociétale, des études sur la manière dont l'entreprise doit et peut en rendre compte ont vu le jour (Antheaume et Teller, 2001). Les entreprises ont donc des responsabilités qui sont à la fois économiques, sociales et environnementales. S'agissant de la responsabilité économique, l'entreprise doit rendre compte aux divers acteurs économiques de son activité financière, ceci est déjà rempli par le reporting financier. La responsabilité environnementale concerne le respect de l'environnement naturel, l'entreprise va rendre compte de son engagement dans des politiques environnementales. Enfin, la responsabilité sociale de l'entreprise est orientée vers le respect des règles sociales. Ainsi, les entreprises voulant rendre compte de leur responsabilité sociétale ont été de plus en plus nombreuses à diffuser des informations « sociétales ». Lorsque l'on parle d'informations sociétales, on désigne à la fois les informations environnementales et les informations sociales. Les informations sociétales regroupent les informations sociales qui concernent les salariés de l'entreprise et par exemple leurs conditions de travail, et les informations environnementales qui concernent l'environnement naturel de l'entreprise. Ben Rhouma (2007) définit les informations sociétales diffusées par les entreprises comme les informations sur « *les impacts sociaux et*

[5] A Bhopal en Inde, l'émission accidentelle de dioxine, consécutive à la rupture d'un réservoir d'isocyanate de méthyle a provoqué en décembre 1984 un immense nuage toxique tuant des milliers de personnes.
[6] A Toulouse, en septembre 2001, l'explosion d'un stock de nitrate d'ammonium a entraîné la mort de plusieurs personnes et de lourds dégâts matériels.
[7] En avril 2001, Danone annonce un plan de restructuration qui comprend des licenciements massifs et la fermeture d'usines.
[8] En 1997, Nike est accusé de faire fabriquer ses produits en Asie par des sous-traitants employant des enfants.

environnementaux de leurs activités, sur les mesures prises pour limiter les impacts négatifs ainsi que sur leurs performances dans ce domaine » (p.6).

Cette nouvelle forme de reddition des comptes appelée « *comptabilité sociétale* » par certains ou *« reporting sociétal* » par d'autres a donc émergé dans un contexte où les entreprises devant faire face à des changements sociaux et environnementaux, rendent compte à diverses parties prenantes de leurs nouvelles responsabilités. Selon Perez (2003, p.15), « *la capacité à rendre compte (accountability) est inhérente au principe même de responsabilité : l'une ne va pas sans l'autre ; si on ne peut pas rendre compte, on ne peut pas être responsable* ». Désormais les entreprises rendent des comptes au public concerné, à travers divers moyens de reddition, sur les aspects sociaux et environnementaux de l'activité de l'entreprise. Il s'agit d'un dialogue entre les entreprises et divers groupes intéressés (employés, clients, actionnaires, société en général…), consistant à leur fournir des comptes. La reddition d'informations sociétales est donc un élément important dans les mécanismes de gouvernance des entreprises et constitue un instrument clé dans les relations entre l'entreprise et ses parties prenantes (Capron et Quairel, 2004).

Ainsi, à la comptabilité financière et à la comptabilité de gestion, qui constituaient jusqu'alors les seules branches de la comptabilité des entreprises, s'ajoute la comptabilité sociétale (Casta, 2000). Cependant, la comptabilité sociétale présente une variété de significations auprès de divers auteurs et de groupes d'utilisateurs (Capron, 2000b). De plus, ce concept a évolué au cours des années. Comme le font remarquer Parker (1986) et Damak-Ayadi (2004), diverses dénominations sont utilisées dans la littérature. Par exemple, Antheaume et Teller (2001) utilisent le terme « *comptabilité sociétale* », Capron (2000b) emploie le mot *« comptabilité sociale et sociétale* », et Capron et Quairel (2003) préfèrent utiliser le terme « *reporting sociétal* ». Dans la littérature anglophone, Ramanathan (1976) emploie le terme « *corporate social accounting* », Patten (1992) et Roberts (1992) utilisent « *environmental disclosures* », et pour Guthrie et Parker (1989) c'est le « *Corporate social reporting* ». Ces quelques exemples montrent la multitude de termes employés et la confusion entre les termes « *comptabilité sociétale »* et « *reporting sociétal »*. En effet, les deux termes sont largement employés pour désigner la même chose créant une confusion entre les concepts. En effet, le fait que la *comptabilité sociétale* s'intéresse aujourd'hui essentiellement au *reporting* et à la diffusion externe des informations environnementales et sociales cultive cette confusion.

Comme le souligne Gray (2005), « *la comptabilité et le reporting sociétal ne constituent pas une activité ou un champ organisé et entièrement cohérent. C'est un champ de portée très vaste, incohérent et organique. Par moment, il peut être contradictoire, embrouillé et divergent* ».

De multiples auteurs tentent de définir ces concepts mais « *l'absence de cadres standardisant la divulgation de telles informations freine l'émergence d'une définition universelle* », ainsi « *la définition de la comptabilité sociétale pose un réel défi à la recherche* » (Ben Rhouma, p.31, 2008). De même Berland et al. (2009) précisent que la comptabilité sociétale regroupant de nombreuses significations, il est difficile d'en donner une seule définition.

Nous pouvons recenser les définitions majeures de la « *comptabilité sociétale* » et/ou « *reporting sociétal* » utilisées dans la littérature :

Tableau 1 : Les définitions de la comptabilité sociétale et du reporting sociétal

Auteurs	Années	Définitions
Ramanathan (p.519)	1976	La comptabilité sociétale est *« le processus de sélection des variables et des mesures du niveau de performance et des procédures de mesures qui développe des informations utiles à l'évaluation de la performance de la société et communique ces informations aux groupes concernés à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise. »*
Mathews (p.64)	1993	La comptabilité sociétale est définie comme *«… les diffusions volontaires d'informations, à la fois qualitatives et quantitatives réalisées par les organisations pour informer ou influencer un ensemble d'audience. »*
Mathews (p.364)	1995	La comptabilité sociétale *« … consiste en l'extension des diffusions à des domaines non traditionnels tels que la fourniture d'informations concernant les employés, les produits, l'implication dans la communauté et la prévention ou la réduction de pollution. »*
Gray, Owen et Adams (p.3)	1996	La comptabilité sociétale *«… inclut le discours environnemental et social, le discours et le reporting sur la responsabilité sociétale et aussi l'audit social... »*
Capron (p.407)	2000b	La comptabilité sociétale « *…doit permettre à la direction de l'entreprise à la fois de gérer ses responsabilités dans les domaines sociaux et sociétaux et d'en rendre compte aux tiers concernés* ».
Gray et Bebbington (p.240)	2001	La comptabilité environnementale *«… couvre tous les domaines de comptabilité qui sont affectés par la réponse de l'organisation aux questions environnementales ».*
Gray (p.687)	2002	La comptabilité sociétale se définit comme *« Toutes les formes de comptabilité qui s'étend à des domaines au-delà de la comptabilité économique (comptabilité sociale, audits sociaux, reporting social, reporting sur les employés, reporting sur le dialogue avec les PP, comptabilité environnementale). »*
Damak-Ayadi (p.16)	2004	Le reporting sociétal *« c'est l'activité qui permet à l'entreprise de rendre compte auprès des différentes parties prenantes de ses activités et de leur impact sur la société et l'environnement. »*
Ben Rhouma et Cormier (p.3)	2007	*« le reporting sociétal consiste en une diffusion d'information environnementale et sociale produite par les entreprises à destination des tiers simultanément où indépendamment de la reddition financière »*
Capron et Quairel (p.100)	2007	*« le reporting RSE peut être défini comme la publication régulière d'informations sur la manière dont l'entreprise appréhende les impacts économiques, environnementaux et sociaux de ses activités. »*
Berland, Dreveton et Essid (p.3)	2009	La comptabilité sociétale : *« De manière générale, il s'agit d'intégrer des aspects environnementaux et sociétaux au sein du système d'information mobilisé par les manager de l'organisation afin de rendre des comptes aux différents tiers de l'entreprise »*
Hubbard (p.3)	2009	*« le reporting sociétal également connu sous le nom de reporting RSE couvre les aspects environnementaux et sociaux de la performance d'une organisation en plus des aspects économiques et est un mécanisme de déclaration volontaire »*

Des caractéristiques essentielles de la comptabilité sociétale peuvent être dégagées des définitions précédentes et de l'article de Capron (2000b) :

- les entreprises ont des responsabilités plus larges que la simple fonction de rapporter de l'argent à leurs actionnaires (Capron, 2000b) ;
- il s'agit d'un processus d'identification, de saisie des données et de présentation d'informations qui suppose que l'entreprise est capable de percevoir, de prendre en considération les effets de ses actions et de rendre compte des décisions d'amélioration éventuelle (Capron, 2000b) ;
- dans ce processus, l'entreprise doit communiquer en direction de la société en général, mais également aux divers groupes d'intérêts particuliers. Il s'agit d'un processus qui implique la reconnaissance et la volonté de dialogue avec les parties prenantes (Gray et al., 1996) ;
- le processus implique une extension de la diffusion d'informations à des données autres que financières, telles que les données sur les salariés, les services rendus à la communauté, la réduction de la pollution… (Mathews et Perera, 1991) ;
- il s'agit pour les entreprises d'évaluer et de rendre compte à l'aide d'indicateurs financiers et extra-financiers mais aussi à travers d'autres modes d'évaluation ;
- ce processus dynamique nécessite des itérations entre les différents acteurs (Gray et al., 1996).

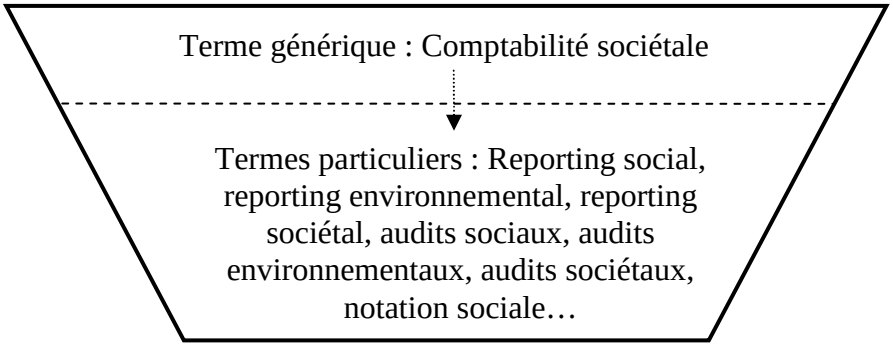
Ces caractéristiques rejoignent la définition de la comptabilité sociétale donnée par Gray et al. (1996, p.3). Selon les auteurs, la comptabilité sociétale consiste à : *« comptabiliser des éléments différents (autres que des événements strictement financiers), comptabiliser selon des formes différentes (autrement qu'en terme strictement financier), comptabiliser pour des individus ou des groupes différents (autres que les fournisseurs de ressources financières) et comptabiliser avec des objectifs différents (autres que la prise de décision dont le bien fondé sera jugé en terme financier) ».*

Le tableau précédent met en exergue l'aspect restreint du reporting sociétal, qui se concentre uniquement sur l'action de diffusion d'informations extra-financières. Il apparaît comme un instrument de la comptabilité sociétale. La comptabilité sociétale est, quant à elle, un processus plus large intégrant à la fois les systèmes de reddition des comptes traditionnels, mais également d'autres formes d'évaluation de la performance extra-financière des entreprises.

Pour illustrer ces propos, la définition de Gray (2002, p.687) nous intéresse particulièrement car elle considère les évolutions dans le domaine et permet d'intégrer *« …toutes les formes de comptabilité qui s'étend à des domaines au-delà de la comptabilité économique (comptabilité sociale, audits sociaux, reporting social, reporting sur les employés, reporting sur le dialogue avec les PP, comptabilité environnementale) ».*

Le domaine de la *comptabilité sociétale* est en constante évolution. De plus, la confusion existant du fait que les mêmes termes sont employés de différentes manières et qui, selon les pays n'englobent pas les mêmes champs (Capron, 2000b), nous amène à clarifier ce concept et à repositionner le reporting sociétal au sein de la comptabilité sociétale.
La figure suivante permet de situer le reporting sociétal dans le champ de la comptabilité sociétale.

Figure 6 : Positionnement du reporting sociétal par rapport à la comptabilité sociétale



Ainsi, comme la figure 6 le montre et comme nous l'avons précisé précédemment, la comptabilité sociétale est « *utilisée comme terme générique regroupant toutes les formes de comptabilité qui s'étendent à des domaines allant au-delà de la comptabilité économique* (Gray, 2002). Pour désigner cela, Zadek et al. (1997) utilisent le vocable SEAAR « *social and ethic accounting, auditing and reporting* » traduit par *« bilan, audit et publication éthique et sociale* ».
En reprenant et en adaptant la classification de Capron (2000b), il existe trois types de *comptabilité sociétale* en fonction des objectifs de mise en œuvre d'instruments et de méthodes : les instruments de reddition-dialogue négociation (reporting social, bilan social, notation sociale), les instruments de diagnostic (audit social, éthique et sociétal, notation sociétale, labellisation, certification sociale, comptabilité environnementale) et les instruments

d'aide à la décision interne (tableau de bord prospectif, management environnemental, bilan sociétal, éco-audit). Cette classification permet de situer le reporting sociétal comme un instrument de la comptabilité sociétale. Le tableau 2 présente ces différents types de comptabilité sociétale, classés en fonction des instruments et des méthodes, ainsi que de leur objectif.

Tableau 2 : Les différents instruments et méthodes de comptabilité sociétale

Objectif des instruments et des méthodes	**Reddition-dialogue négociation**	**Diagnostic**	**Aide à la décision interne**
Instruments et méthodes	- Reporting social - Reporting environnemental - Reporting sociétal - Bilan social - Notation sociale - Notation environnementale	- Audit social et éthique - Audit RSE et vérification sociétale - Notation sociétale - Labellisation et certification sociétale - Comptabilité environnementale	- Tableau de bord prospectif - Bilan sociétal - Management environnemental - Eco-audit

Source : Construit d'après Capron (2000b).

Cette classification met en exergue la multiplicité d'instruments de la comptabilité sociétale et permet d'y intégrer les évolutions récentes dans ce domaine par exemple les instruments de certification, de notation sociétale ou encore les audits et vérifications sociétales. En effet, selon Antheaume et Teller (2001), la comptabilité sociétale concerne « *l'étude des outils permettant d'évaluer l'impact de l'activité des organisations sur la société et les milieux naturels, ainsi que l'étude du contexte d'utilisation de ces outils* », le reporting sociétal est l'un de ces outils.

C'est pourquoi, le terme « *comptabilité sociétale* » est utilisé dans le reste du document pour désigner l'ensemble des formes de comptabilité, autre que financière. Ainsi, à l'intérieur du champ de la comptabilité sociétale, se situe le reporting sociétal, considéré comme un des instruments de cette comptabilité et appréhendé comme un mécanisme de diffusion d'informations sociétales. La suite du chapitre est consacrée au concept de reporting sociétal.

1.2 DEFINITION DU REPORTING SOCIETAL

Pour s'attacher à définir le reporting sociétal, l'approche de Gray, Owen et Adams (1996) est importante. Les chercheurs définissent le reporting sociétal en distinguant cinq dimensions : le contenu, les destinataires, la forme, les motivations et la fiabilité. Ces dimensions permettent d'analyser le reporting sociétal sous différents angles.

Le contenu et la forme du reporting sociétal sont étroitement liés à l'identification des destinataires de l'information (Capron et Quairel, 2007). Le reporting sociétal doit permettre de satisfaire le besoin d'information des personnes intéressées. Selon Gray et al. (1996, p.83), les destinataires de l'information sont les actionnaires, le marché et les intermédiaires financiers, les employés, les dirigeants, les syndicats, les employés potentiels, les communautés, les groupes de pression, les medias, le gouvernement, les organismes de régulation, les concurrents, les groupes industriels, les consommateurs, les fournisseurs et la société en général. La communication doit être adaptée aux différents interlocuteurs (Damak-Ayadi, 2004), ce qui implique une définition précise des destinataires de l'information. Les informations diffusées peuvent prendre la forme d'informations qualitatives, quantitatives et monétaires. Le contenu du reporting sociétal n'est pas formalisé, toutes les entreprises ne choisissent pas les mêmes indicateurs. En effet, comme précisé précédemment, le contenu peut varier en fonction des destinataires. Cependant la formalisation du contenu du reporting sociétal est encouragée par l'apparition de la Global Reporting Initiative (GRI) qui met en place un ensemble de lignes directrices et d'indicateurs sociétaux. Les motivations de la mise en place d'un reporting sociétal peuvent être diverses. La motivation peut par exemple être d'origines éthique, juridique, économique ou encore marketing. Enfin, la dernière dimension du reporting sociétal selon Gray et al. (1996) est la fiabilité de celui-ci. Cette dimension est primordiale. En effet, la mise en place de systèmes d'audit interne et d'audit externe permet d'accroître la confiance des utilisateurs dans l'information diffusée.

Au vu des diverses définitions du reporting sociétal, la littérature fait émerger deux approches distinctes : d'une part, le reporting sociétal appréhendé comme un outil complémentaire au reporting financier, avec les mêmes destinataires et motivations que le reporting financier et, d'autre part, le reporting sociétal appréhendé comme un outil allant au-delà du reporting financier avec de multiples destinataires au sens de Gray et al. (1996).

Deux des dimensions du reporting sociétal définies par Gray et al. (1996), (les destinataires et la forme), peuvent permettre de dissocier les deux approches du reporting sociétal.

La première approche met en exergue la dimension complémentaire du reporting sociétal au reporting financier. Dans cette vision réductrice du reporting sociétal (Antheaume et Teller, 2001), les acteurs financiers sont les principaux utilisateurs de l'information sociétale diffusée par les entreprises. Informer les utilisateurs financiers sur les informations autres que financières pouvant avoir un impact sur leurs choix d'investissement, illustre la fonction du reporting sociétal. Le reporting sociétal est un complément du reporting financier. Il répond aux mêmes attentes et préoccupations que le reporting financier. Dans cette perspective, les supports du reporting sociétal comme les rapports sociétaux doivent répondre aux mêmes exigences de qualité que les documents comptables (Gray, 2001). Le reporting sociétal est alors vu comme un outil s'incorporant dans le processus de communication financière. Le plus souvent, les informations sont donc incorporées aux documents financiers.

L'autre approche considère le reporting sociétal comme un moyen de communication à part entière. Il est destiné, non plus aux seuls acteurs financiers, mais à toutes les parties prenantes de l'entreprise. Le reporting sociétal va au-delà du reporting financier en proposant un élargissement des relations entre l'entreprise et l'environnement qui l'entoure (Gray et al., 1996). Les destinataires du reporting ne sont plus uniquement les actionnaires mais un ensemble de parties prenantes. Le reporting sociétal est alors vu comme un outil permettant de rendre compte de la responsabilité sociétale de l'entreprise. Les rapports de développement durable ont donc ici toute leur utilité.

2. LES EVOLUTIONS DANS LES PRATIQUES DE DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES

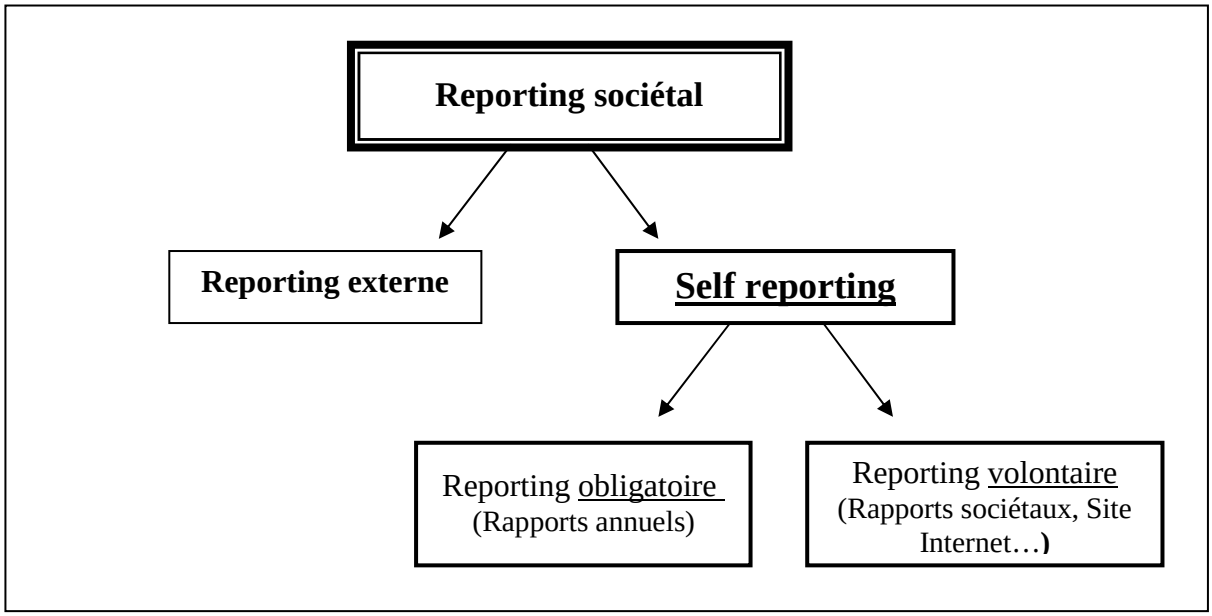
Les diverses pratiques et supports du reporting sociétal sont dans un premier temps présentés (2.1). Dans un second temps, nous exposons les enjeux mais également les limites du reporting sociétal (2.2).

2.1 LES PRATIQUES ET SUPPORTS DU REPORTING SOCIETAL

La distinction des deux grands types de reporting est important : le reporting externe et le « self reporting ».

Le reporting sociétal peut être de type externe. Dans ce cas, il est réalisé par une personne ou un organisme extérieur à l'entreprise. Le reporting sociétal peut aussi être réalisé par l'entreprise elle-même, il sera appelé « self reporting ». La figure 7 présente les deux aspects du reporting sociétal.

Figure 7 : Les deux aspects du reporting sociétal



Le reporting sociétal externe consiste dans la publication, par des organismes externes, d'informations relatives à l'impact de l'activité de l'entreprise sur ses performances économiques et sociétales (Damak-Ayadi, 2004). La notation sociétale effectuée par des agences de notation sociétale est l'exemple le plus représentatif de ce type de reporting. La mission des agences de notation sociétale est d'évaluer la performance sociétale des entreprises (Igalens et al., 2008). L'organisme externe, appelé dans ce cas agence de notation sociétale, va se servir de sources d'informations également externes publiques (presse, bases de données…) et éventuellement de données provenant des syndicats et de questionnaires préalablement envoyés aux entreprises, pour réaliser sa mission de notation des entreprises et lui donner une note finale (Capron et Quairel, 2001). Il s'agit bien dans ce cas d'une évaluation externe de l'entreprise et non pas d'un contrôle de l'entreprise. Comme le fait remarquer Geneviève Ferone, dirigeante de l'agence de notation Corerating et créatrice de ARESE[9], lors d'un entretien dans la revue française de gestion (Burlaud et Zarlowski, 2003),

[9] ARESE a été la première agence de notation sociétale française fondée par Geneviève Ferone pionnière de la notation sociétale en France. En 2002, l'agence de notation ARESE a été absorbée par l'agence Vigéo. Aujourd'hui, Geneviève Ferone dirige l'agence de notation Corerating.

il ne s'agit pas de faire un audit, ce qui est un autre métier, ni de donner des conseils mais de donner une appréciation de l'entreprise.
Le « self reporting » correspond à la diffusion d'informations par l'entreprise elle-même. Il s'agit pour l'entreprise soit de se conformer aux lois en vigueur, et dans ce cas on parlera de reporting sociétal obligatoire, soit d'aller au-delà des lois et des réglementations et de diffuser de façon totalement volontaire des informations sociétales. Le self reporting s'est accru, au sein des organisations, afin de répondre soit à des demandes réglementaires d'informations, soit à des sollicitations d'informations par les différentes parties prenantes de l'entreprise. En effet, ces dernières années, le nombre d'entreprises publiant des informations sur leur performance sociale et environnementale a augmenté considérablement (Kolk, 2003).
C'est dans le cadre du self reporting[10] que nous situons notre recherche.

Les informations sociétales diffusées par les entreprises (« self reporting ») peuvent donc prendre deux formes différentes, obligatoires ou volontaires, en fonction de cela le support de reporting est différent. Les entreprises transmettent des informations environnementales et sociales aux personnes intéressées à travers des supports de communication divers et variés. Il peut s'agir des rapports annuels pour les informations obligatoires et des rapports sociétaux, de moyens publicitaires ou encore des sites Internet pour les informations volontaires. Les rapports annuels et les rapports de développement durable sont les deux supports principaux de la diffusion d'informations sociétales.

Selon Capron et Quairel (2001), « *le fait de diffuser des informations dans le rapport annuel ou dans un rapport environnemental ou social est présenté comme un facteur clé de l'exercice de la responsabilité sociétale et un critère déterminant dans tous les modèles de performance : être responsable, "accountable", c'est rendre des comptes aux parties prenantes, communiquer sur les objectifs, les actions entreprises et les résultats obtenus* » (p.60).

Une évolution concernant l'utilisation des différents supports de reporting est visible. Les premiers travaux de recherche sur le reporting sociétal utilisent le rapport annuel comme support de reporting (Wiseman, 1982 ; Cowen et al., 1987 ; Patten, 1991). Aujourd'hui encore ce support est utilisé dans certaines recherches (Ben Rhouma et Cormier, 2007 ; Zeghal et

[10] Le terme « reporting sociétal » employé dans le reste du document fera désormais référence au « self reporting » dans lequel se situe notre recherche.

Dammak, 2007 ; Déjean et Martinez, 2009a et b). Cependant d'autres études élargissent le champ d'analyse à des supports tels que les rapports sociétaux (Antheaume, 2001 ; Cormier et al., 2004 ; Igalens, 2004a ; Chauvey et Giordano-Spring, 2007 ; Terramorsi et al., 2009), voire même les sites Internet des entreprises (Mitchell et Ho, 1999 ; Oxibar, 2003 ; Jose et Lee, 2007).

Concernant les rapports annuels, le degré de crédibilité est l'un des arguments avancé par les auteurs pour justifier le choix de ce support d'étude. Neu et al. (1998) soulignent que « *le rapport annuel a un degré de crédibilité que n'ont pas les autres types de publication* ». De plus, la régularité de la production ainsi que la large diffusion de ce document sont des justifications supplémentaires à l'utilisation abondante de ce support. Selon Ernst et Ernst (1978) « *la grande distribution du rapport annuel en fait un forum particulièrement adapté à la diffusion (d'informations sociétales)*». Pour les sites web, se pose le problème de la permanence des données et des possibilités de comparaisons d'une année à l'autre (Oxibar, 2003). Toutefois, les avantages résultent du fait qu'Internet *« permet un accès immédiat aux données et au moment choisi par l'utilisateur* » et qu'il « *constitue un outil de communication de masse des données de l'entreprise* » (Lyner, 1997). En effet, les sites web peuvent être mis à jour régulièrement et facilitent la communication avec les parties prenantes. Enfin, s'agissant des rapports sociétaux, Gray (2001) précise que ce support est pour l'entreprise le meilleur moyen de se décharger de la responsabilité sociétale et qu'il fournit des informations plus précises que dans les autres documents.

Les outils de communication externe spécifiques à la RSE, tels que les rapports sociétaux, sont devenus des outils considérés comme privilégiés par les entreprises pour communiquer sur leurs activités liées à la RSE. Ces rapports sont aussi connus sous différentes appellations : « rapport de développement durable », « rapport de responsabilité sociétale », « rapport environnemental » ou encore « rapport partenarial ». Selon Pesqueux (2002), il s'agit « *des rapports d'activité sur l'impact écologique et social des éléments de la politique de responsabilité sociale* » (p.166). Ces outils spécifiques de communication de RSE ont des fonctions de pilotage stratégique, de communication interne et essentiellement de communication externe (Duong, 2004). Selon Damak-Ayadi (2004, p.39), « *l'objectif des rapports sociétaux est d'expliquer et d'informer au maximum sur les actions engagées envers la Société qui ne seront pas nécessairement traduites en chiffres* ». En effet, les rapports sociétaux comportent essentiellement des données qualitatives et non financières, contrairement aux rapports annuels, qui eux contiennent majoritairement des informations financières et quantitatives. Il a pour visée de rendre compte de la performance des entreprises

dans des domaines divers et d'offrir une vision claire et objective de la situation de l'entreprise au regard de ses impacts (Persais, 2004). De plus, les attentes spécifiques de chaque partie prenante sont prises en compte dans ces rapports. Ces documents permettent aux parties prenantes d'observer dans quelle mesure leurs attentes ont été prises en considération (Persais, 2004). Dans certains cas, les rapports sont divisés en parties consacrées spécifiquement à chaque type de parties prenantes.

Les entreprises sont de plus en plus nombreuses à publier volontairement des rapports de développement durable. En 2006, 94% des entreprises du SBF120 ont publié un rapport de développement durable, soit intégré dans leur rapport annuel, soit dans un document dédié, alors qu'elles n'étaient que 65% en 2003 (KPMG et Publicorp, 2006). Cet accroissement de la publication par les entreprises des informations sociétales illustre l'importance de la communication entre l'entreprise et ses parties prenantes. Il semble que les rapports sociétaux soient les supports du reporting les plus à même de fournir des informations détaillées et les plus adaptés à la diffusion d'informations sociétales (Gray, 2001). L'étude du reporting sociétal serait insuffisante si elle se limitait à l'analyse des seuls rapports annuels. Le rapport de développement durable est aujourd'hui considéré comme un instrument inéluctable de communication entre l'entreprise et ses parties prenantes, et également comme un outil de pilotage stratégique (Persais, 2004). Ceci justifie l'intérêt que nous portons dans la recherche à la dimension volontaire du reporting sociétal.

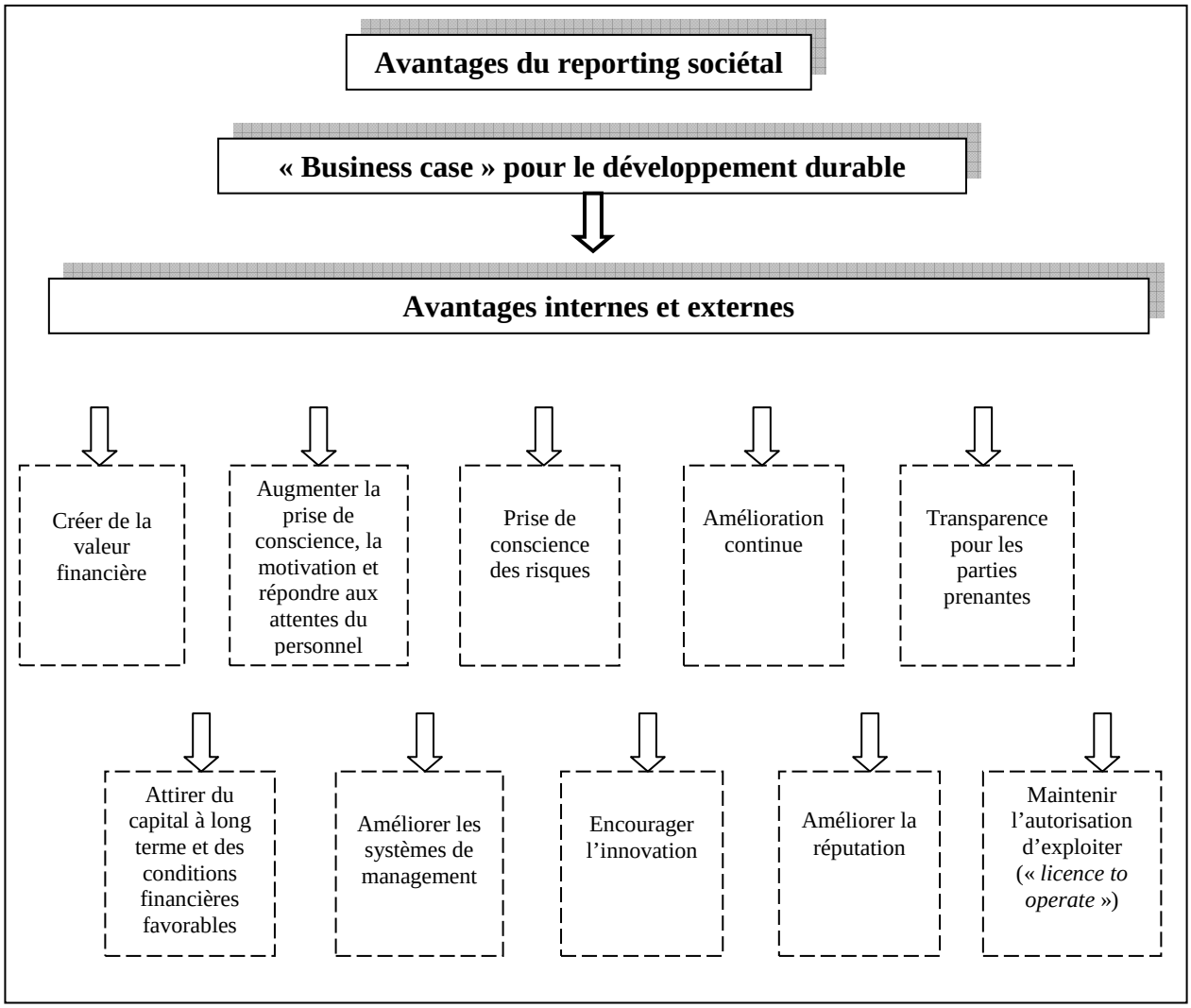
2.2 LES ENJEUX ET LIMITES DU REPORTING SOCIETAL

Tout d'abord nous présentons les enjeux du reporting sociétal (2.2.1.) puis les limites inhérentes à ce reporting (2.2.2.).

2.2.1 Le reporting sociétal comme un « business case »

Plusieurs enjeux sont énumérés par les promoteurs d'une démarche volontaire de reporting sociétal. Le reporting sociétal est alors présenté comme un « *business case* » dans lequel les avantages qui résultent de l'adoption d'un système de reporting sociétal sont listés.
La figure 8 ci-dessous présente les bénéfices de la mise en place d'un tel processus.

Figure 8 : Les avantages du reporting sociétal



Source: Construit d'après Heemskerk et al. (2003, p.15).

Plusieurs avantages du reporting sociétal peuvent être énumérés (Heemskerk et al., 2003 p.15). Tout d'abord, le reporting sociétal tend à refléter indirectement la capacité et la volonté des entreprises d'améliorer les valeurs actionnariales à long terme de leur capital immatériel (= *Créer de la valeur financière*). Ensuite, le reporting sociétal aide à attirer des actionnaires « patients » avec un horizon à long terme et il peut aider à justifier des primes de risques plus faibles de la part des financiers et des assureurs (= *Attirer du capital à long terme et des conditions financières favorables*). Le reporting sociétal peut également aider l'entreprise à démontrer qu'elle est à la hauteur de ses valeurs et de ses principes en ce qui concerne les questions sociales et environnementales, à la fois en interne et sur le marché du travail extérieur (= *Augmenter la prise de conscience, la motivation et répondre aux attentes du personnel et attirer des talents*). Il peut encourager et faciliter la mise en place de systèmes de management plus rigoureux et plus solides pour mieux traiter les impacts environnementaux,

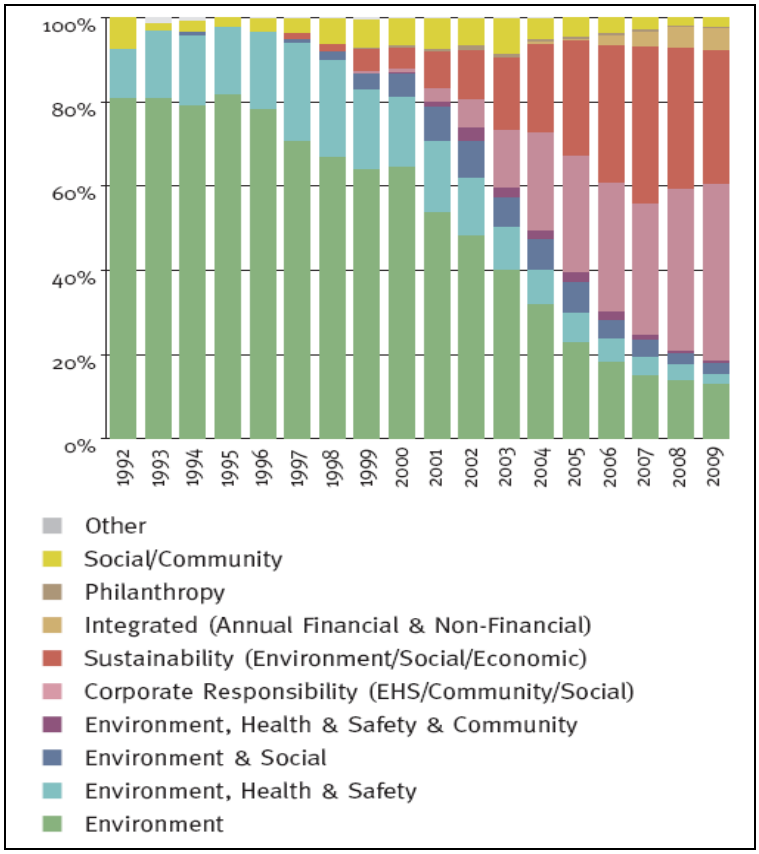
économiques et sociaux. En bref, il peut aider à une meilleure collecte des données valables (= *Améliorer les systèmes de management*). Le reporting sociétal peut refléter comment une entreprise gère les risques (= *Prise de conscience des risques*). Il peut stimuler les idées novatrices et la performance et donc aider l'entreprise à rester compétitive (= *Encourager l'innovation*). Un tel reporting soutient l'amélioration et la formation. Il encourage les cadres à s'engager sur des progrès à venir qui seront inclus dans le reporting de l'année suivante (= *Amélioration continue*). Le reporting sociétal peut aider à construire la réputation, ce qui sur le long terme contribuera à augmenter la valeur de la marque, la part de marché et la loyauté des clients. Il démontre comment la performance avalise la rhétorique (= *Améliorer la réputation*). Le reporting sociétal transmet des informations pertinentes aux parties prenantes ciblées (actionnaires, membres des communautés locales, ONG…) et donc améliore la visibilité de l'entreprise et aide à démontrer sa transparence (= *Transparence pour les parties prenantes*). Enfin, il peut fournir une base solide pour un dialogue avec les parties prenantes et donc aider à maintenir ou renforcer l'autorisation d'exploiter (= *Maintenir l'autorisation d'exploiter « licence to operate »*).

Malgré tous les bénéfices que peuvent procurer la mise en place d'un système de reporting sociétal, la production d'informations extra-financières de qualité est un exercice complexe (Capron et Quairel, 2004). En effet, les méthodologies sont encore incertaines et les systèmes d'information insuffisants, ce qui peut exposer les entreprises à une contestation éventuelle sur la fiabilité et l'exhaustivité des données publiées.

2.2.2. Les incertitudes quant à l'évolution du reporting sociétal

L'évolution croissante du reporting sociétal au cours des dernières années a engendré des pratiques hétérogènes et instables (Acquier, 2007). Les transformations rapides, concernant notamment l'élargissement du contenu du reporting, ont induit des problèmes liés à la pertinence des méthodologies employées pour le mettre en œuvre. En effet, il y a environ 20 ans, les informations diffusées portaient sur l'environnement et/ou la santé et la sécurité. Aujourd'hui, la plupart des informations diffusées dans des rapports de développement durable incluent conjointement des informations à caractère environnemental et social (Kolk, 2003 et 2005). La figure suivante présente l'évolution du type de rapport diffusé par les entreprises au cours des 18 dernières années.

Figure 9 : Evolution de la nature des rapports diffusés en matière de reporting sociétal



Source : CorporateRegister.com (2010, p.5).

Les rapports qui étaient essentiellement des rapports environnementaux en 1992 et qui étaient axés sur des problématiques uniques liées à l'environnement, sont aujourd'hui dans la majorité des cas des rapports de développement durable élargis aux problématiques à la fois économiques, sociales et environnementales. De ce constat découle des interrogations quant à la pertinence des méthodologies mises en œuvre pour mettre en place un reporting dont le contenu est aussi hétérogène.

L'élargissement de l'objet des rapports pose également la question des publics ciblés. Le reporting sociétal est un outil de dialogue permettant à l'entreprise de communiquer avec ses parties prenantes. La question posée est celle des destinataires de l'information et des formes de communication les plus appropriées à la diversité des destinataires. Ces pratiques fortement évolutives ne cessent d'élargir le champ des parties visées. Existe-t-il un réel dialogue entre l'entreprise et les parties concernées ? Telle est la question qui se pose notamment en matière de dialogue social (Alpha Etude, 2007).

Or, certains chercheurs tels que Rob Gray et David Owen, sont particulièrement critiques concernant l'orientation récente des pratiques de reporting environnemental et social. Alors

que le reporting sociétal devrait être un outil de gouvernance permettant de contrebalancer le pouvoir des grandes entreprises sur leur environnement (Owen et al., 2000), les actionnaires semblent être les seuls concernés par la diffusion de telles informations. Il semble donc que des efforts soient encore à faire pour que ces informations constituent un réel outil de transformation des relations entre les entreprises et leurs parties prenantes (O'Dwyer, 2003).

En outre, Acquier et Aggeri (2008) font remarquer que le reporting sociétal ne reposant pas sur des bases et techniques clairement établies, il est l'objet de débats concernant le niveau de confiance pouvant lui être accordé et la qualité des informations diffusées. Force est de constater que la normalisation des pratiques de reporting sociétal s'est avérée imparfaite et que cela peut remettre en cause son « intelligibilité » et sa « pertinence » (Rivière-Giordano, 2007a). Bien que les normes du GRI ou la loi NRE essayent de palier cela en proposant un cadre de référence et des recommandations, les pratiques restent encore trop diverses et parfois incomparables.

Selon Quairel (2004), la qualité de l'information sociétale diffusée par les entreprises est l'objet des principales critiques formulées à l'encontre du reporting sociétal. Le manque d'exhaustivité, de comparabilité et de rigueur du reporting sociétal freinent la reconnaissance des valeurs positives de ce reporting. La diversité des destinataires, l'étendue du champ informationnel et les carences réglementaires sont autant d'obstacles à la mise en place de pratiques de reporting sociétal de qualité. Ainsi, le reporting sociétal apparaît aujourd'hui comme « *majoritairement littéral, partiel et optimiste* » (Rivière-Giordano, 2007a). Tout comme les informations financières, les informations sociétales doivent être crédibles et garantir à leurs utilisateurs un minimum de confiance. De plus, comme le font remarquer Evraert et Lacroix (2005), la qualité de l'information diffuée repose essentiellement sur sa fiabilité. Selon Persais (2004), les entreprises doivent mettre en place des procédures de validation des rapports sociétaux pour démontrer leur crédibilité. La vérification des informations sociétales semble être un outil permettant aux utilisateurs des informations de renforcer leur confiance. *« Les enjeux de la vérification sont fondamentaux pour la crédibilité des reportings sociétaux »* (Quairel, 2004, p.22).

SECTION 2 –LES FRONTIERES REGLEMENTAIRES DE LA DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES

Les entreprises étrangères et françaises qui publient des informations sociales et environnementales s'inscrivent soit dans une démarche volontaire ou peuvent également répondre à des contraintes légales en vigueur dans leur pays d'origine ou dans les pays où elles sont cotées. Ainsi, la volonté de mise en conformité avec les réglementations en vigueur est un facteur incitatif des entreprises dans la diffusion d'informations sociétales (Mikol, 2003).

Cependant, la publication d'informations extra-financières est moins uniformisée que la publication d'informations financières (IAS/IFRS, US-GAAP…), et de multiples normes ou recommandations voient le jour sans qu'un consensus soit établi entre elles.

Cette section vise à présenter un aperçu des principales exigences réglementaires en France et dans d'autres pays, ainsi que les initiatives normatives et volontaires en matière de reporting sociétal.

Tout d'abord nous présentons les régimes réglementaires nationaux de plusieurs pays européens et de pays non communautaires (1). Ensuite, nous examinons les contraintes réglementaires propres à la France (2). Après avoir examiné ces contraintes, nous nous interrogeons sur les initiatives volontaires dans ce domaine. Nous étudions les aspects normatifs et les recommandations internationales qui encadrent la diffusion des informations sociétales (3).

1. LES REGIMES REGLEMENTAIRES NATIONAUX

S'agissant des aspects obligatoires de la diffusion d'informations sociétales, chaque pays a sa propre réglementation. En effet, aujourd'hui dans de nombreux pays, les entreprises sont légalement tenues de communiquer des informations sociétales.

Le tableau 3 ci-dessous présente les législations relatives au reporting sociétal dans plusieurs pays européens tels que l'Allemagne, le Danemark, la Norvège, les Pays-Bas, et le Royaume-Unis, et dans des pays non communautaires que sont l'Afrique du Sud, l'Australie, le Canada, les Etats-Unis et le Japon.

Tableau 3 : Les législations nationales en matière de reporting sociétal

Pays	Législation	Portée	Forme
Afrique du Sud	Rapport King II (2002) Code of Corporate Practices and Conduct	Toutes les entreprises cotées en bourse (JSE Securities Exchange)	Publication d'un rapport indépendant selon les normes de la GRI
Allemagne	Loi Comptable Bilanzrechtsreformgesetz (octobre 2004)	Sociétés cotées en bourse	Obligation de publication de données extra-financières. Les entreprises doivent décrire leurs principaux risques, ainsi que fournir des données clés de performance environnementale et sociale
Australie	Loi Comptable Corporation Act (2001)	Les entreprises dont les activités sont assujetties à la réglementation australienne en matière d'environnement	Informations détaillées sur la performance de l'entreprise au regard de la réglementation sur l'environnement et intégrées au rapport annuel du conseil d'administration ou du directoire
Canada	Règlements adoptés par la commission des valeurs mobilières : Règlement 51-102 et annexe 51-102A2 « Notice annuelle » Règlement 52-109 Règlement 58-101 (2004-2005)	Toutes les entreprises canadiennes assujetties	Le rapport annuel doit décrire les politiques sociales ou environnementales que la société a mises en œuvre et qui sont fondamentales pour ses activités ainsi que les mesures prises pour les mettre en œuvre (Règlement 51-102 A2 rubrique5.1)
Danemark	Green Accounting Act (1995)	Les entreprises ayant un impact environnemental, c'est-à-dire celles qui sont assujetties aux procédures d'autorisation prévues par la réglementation environnementale	Un rapport indépendant qui contient des informations environnementales (« comptes verts ») et suit le régime des rapports annuels
	Loi Comptable Danish Financial Statement Act (2001-2003)	Certaines moyennes et grandes entreprises et toutes les entreprises cotées	Inclusion dans le rapport annuel de leur impact sur l'environnement et les programmes environnementaux en place
	Loi Comptable Act amending the Danish Financial Statement Act (report on social responsibility for large businesses) (décembre 2008)	Pour les plus grandes sociétés	Rendre compte dans leur rapport annuel de leurs activités de RSE ou justifier l'absence de telles informations
Etats-Unis	Right-To-Know Act (1986): ⇨ Toxic Release Inventory (TRI) (1987)	Pour les entreprises les plus toxiques dont l'activité est susceptible de causer des dommages	Publication de certaines informations (émissions de produits toxiques) pour l'agence de l'environnement (EPA)
	SEC (Securities and Exchange)	Pour toutes les sociétés cotées aux Etats-Unis	Publication dans le document 10-K d'informations sur la conformité aux lois, les poursuites judiciaires et les dettes, liées à l'environnement (Régulation S-K, Point 101,103 et 303)
	Sarbanes-Oxley Act (SOX) (2002)	Pour toutes les sociétés cotées aux Etats-Unis	Section 401 : Le reporting doit inclure des informations à caractère non financier pour fournir aux investisseurs une vision précise et complète en termes de matérialité (pas de référence explicite aux aspects sociétaux)

Japon	Loi N°77 « *loi pour la promotion des activités des entreprises et la prise en compte de l'impact sur l'environnement de certaines entreprises spécifiques, etc., et pour la facilitation de l'accès aux informations relatives à l'environnement et aux autres mesures* » (2004-2005)	Entreprises japonaises considérées comme spécifiques conformément à l'ordonnance ministérielle	Publication d'un rapport environnemental spécifique (article 9)
Norvège	Loi Comptable Accounting Act (1998)	Toutes les entreprises norvégiennes qui doivent tenir des documents comptables et toutes les entreprises étrangères qui effectuent des activités en Norvège et y sont assujetties à l'impôt	Les entreprises doivent fournir une information environnementale détaillée dans le rapport annuel financier
Pays-Bas	Environmental Management Act (1997)	Les établissements qui pourraient avoir des impacts négatifs sur l'environnement, définis en fonction de critères précis selon le secteur, la capacité de production…	Publication de deux sortes de rapports environnementaux : un rapport pour le gouvernement et un rapport pour le public
Royaume-Unis	Operating and Financial Review (OFR) (2004) ⇨ Abandonné Company Law Reform Bill (2006)	Toutes les sociétés cotées Toutes les sociétés cotées	Publication d'un rapport OFR (sous forme de rapport séparé, partie intégrante du rapport annuel audité) contenant des informations sociales L' « *examen de l'entreprise* » d'une société cotée en bourse doit contenir des informations sur les questions environnementales, sur les employés de l'entreprise et sur les questions communautaires (loi moins précise que l'OFR)

Les législations exposées dans le tableau précédent présentent des caractéristiques communes. En premier lieu, la plupart des informations exigées par les réglementations nationales concernent des informations environnementales. Lorsque les informations à caractère social ou lorsque le reporting concerne plus largement les données extra-financières, celles-ci ne sont jamais explicites quant à leur contenu. En second lieu, dans la majorité des régimes réglementaires présentés, les entreprises assujetties aux obligations de reporting sont celles qui sont déjà contraintes par les législations sur l'environnement. En outre, les entreprises concernées par ces obligations sont, pour la majorité des pays, des entreprises cotées, à l'exception de la Norvège et du Canada où toutes les entreprises sont soumises à ces obligations.

Ce tour d'horizon des principales exigences légales en matière de reporting sociétal nous a permis de mettre en évidence les disparités existant dans le monde. Ceci nous amène à nous questionner sur les spécificités réglementaires, mais aussi normatives, de la France.

2. LE CADRE LEGAL FRANÇAIS

Le droit français prescrit des obligations dans le domaine de la diffusion d'informations sociales et environnementales. Comme toutes règles de droit, elles sont censées s'imposer aux entreprises de manière contraignante et les sanctionner en cas de manquement. Les premières lois françaises, datant des années 1975, concernent la gestion des déchets (2.1). On a vu apparaître en 1977 une loi sur le bilan social (2.2). La loi la plus connue reste cependant celle sur les Nouvelles Régulations Economiques (NRE) du 15 mai 2001 (2.3) même si d'autres réglementations notamment sur la divulgation d'informations sociales et environnementales en lien avec les investissements socialement responsables ont émergé ces dernières années (2.4 et 2.5). Plus récemment, les lois dites Grenelle 1 et 2 ont été mises en place dans un objectif d'assurer une plus grande transparence des informations sociétales (2.6).

2.1. LES PREMIERES LOIS

La réglementation française concernant la communication environnementale est apparue en 1975 dans des domaines touchant essentiellement à la gestion des déchets. Ces premières lois visent les collectivités chargées de traiter les déchets et les exploitants de sites de traitement des déchets.

La première loi n° 75-633 du 15 juillet 1975 est relative à l'élimination des déchets et à la récupération des matériaux : article 3-1 de la loi du 15 juillet 1975 codifié à l'article L 124-1 du code de l'environnement. Cette loi est complétée par deux autres lois.

Loi n°88-1261 du 30 décembre 1988 :

« *Toute personne a le droit d'être informée sur les effets préjudiciables pour la santé de l'homme et l'environnement du ramassage, du transport, du traitement, du stockage et du dépôt des déchets ainsi que sur les mesures prises pour prévenir ou compenser ces effets.* »
(Article L 125-1 du code de l'environnement)

Loi n°92-646 du 13 juillet 1992 précise qu'il s'agit :

« *D'assurer l'information du public sur les effets pour l'environnement et la santé publique des opérations de production et d'élimination des déchets, sous réserve des règles de confidentialité prévues par la loi, ainsi que sur les mesures destinées à en prévenir ou à en compenser les effets préjudiciables.* »

« Ce droit consiste en la communication par l'exploitant d'une installation d'élimination de déchets des documents établis dans le cadre de la loi n°76-663 du 19 juillet 1976 précitée permettant de mesurer les effets de son activité sur la santé publique et sur l'environnement et exposant les mesures prises pour supprimer ou réduire les effets nocifs des déchets. » (Article L 125-1 du code de l'environnement)

2.2. LA LOI SUR LE BILAN SOCIAL

En 1977, l'obligation de divulguer des informations sociales émerge pour la première fois en France avec la loi n°77-769 du 12 juillet 1977. Les origines de cette loi sont plus anciennes, ce sont les recommandations du rapport Sudreau (1975) sur la réforme de l'entreprise qui ont amorcé les discussions du projet de loi sur le bilan social.

La loi sur le bilan social institue l'obligation, pour les entreprises de plus de 300 salariés, d'élaborer un bilan social. Le bilan social donne une vision de la politique de l'entreprise en matière de ressources humaines. « *Le bilan social récapitule en un document unique les principales données chiffrées permettant d'apprécier la situation de l'entreprise dans le domaine social, d'enregistrer les réalisations effectuées et de mesurer les changements intervenus au cours de l'année écoulée et des deux années précédentes.* » (Code du travail article L438-3).

Comme le précise Capron (2000c p. 77), le bilan social permet de « *rendre compte du comportement social de l'entreprise sur un mode proche de celui dont celle-ci rend des comptes annuellement de ses aspects financiers* ».

Il a été élaboré dans un esprit de meilleure visibilité, d'information des partenaires sociaux, du personnel, des actionnaires, des pouvoirs publics, d'aide au dialogue social via les comités d'entreprise et de planification dans le domaine social. (Zardet 1997 p.5).

Le bilan social est destiné en premier lieu au comité d'entreprise qui doit émettre un avis sur le projet qui lui est soumis par la direction, mais également aux salariés et actionnaires qui demandent de le consulter, à l'inspecteur du travail qui contrôle son existence et sa présentation et aux commissaires aux comptes qui vont vérifier la sincérité des données.

Le contenu du bilan social comporte 7 parties :

- l'emploi ;
- les rémunérations ;
- les conditions d'hygiène et de sécurité ;

- les autres conditions de travail ;
- la formation ;
- les relations professionnelles ;
- les conditions de vie des salariés et de leur famille dans la mesure où ces conditions dépendent de l'entreprise.

La situation des salariés et la vie sociale dans l'entreprise sont donc les sujets principaux du bilan social.
Le bilan social peut être vu comme un outil d'information, un outil de gestion ou encore un outil de concertation (Igalens et Peretti 1980).
Cependant de multiples critiques peuvent être faites au bilan social. La volonté de quantifier à tout prix des données sociales et de ne pas commenter ces données a entraîné la constitution de documents qui sont difficiles à lire et à comprendre (d'Arcimoles 1995 p.134). De plus, il n'y a pas de rapprochement entre les données financières et les données sociales. Les informations contenues dans les documents ne sont pas reliées entre elles (Capron 2000c p.81). Selon Capron (2000c p.82), la principale critique concerne le manque d'adaptation du bilan social au contexte de l'économie actuelle comme notamment la non prise en considération de la précarisation ou de la diversification des formes d'emploi.

2.3. LA LOI SUR LES NOUVELLES REGULATIONS ECONOMIQUES (NRE)

Plus récemment la loi n°2001-420 du 15 mai 2001 (article L.225-102-1 du Code de commerce) relative aux nouvelles régulations économiques (NRE) donne une nouvelle dimension réglementaire à la publication de données environnementales et sociales.
La loi sur les Nouvelles Régulations Economiques (article 116) fixe l'obligation pour les sociétés françaises cotées sur un marché réglementé de rendre compte dans leur rapport annuel de leur gestion sociale et environnementale au travers de leur activité.
La loi NRE a permis un élargissement des informations requises dans les rapports en demandant aux entreprises de rendre compte des informations sur la rémunération, les avantages, les mandats et fonctions de mandataires sociaux ainsi que les conséquences sociales et environnementales de leurs activités.

Le décret n°2002-221 du 20 février 2002 de la loi NRE vient compléter l'article 116 en détaillant la liste des informations qui doivent être fournies dans le rapport et en distinguant deux groupes d'informations (Martin, 2002).

Il s'agit tout d'abord d'informations sociales (article 1) :

- les effectifs et les embauches ;
- l'organisation du temps de travail ;
- les rémunérations et leur évolution ;
- les relations professionnelles ;
- les conditions d'hygiène et de sécurité ;
- la formation ;
- l'emploi et l'insertion des travailleurs handicapés ;
- les œuvres sociales ;
- l'importance de la sous-traitance.

Il s'agit ensuite des informations relatives aux conséquences de l'activité de la société sur l'environnement (article 2) :

- la consommation de ressources (eau, matières premières et énergie) ;
- la protection des milieux naturels ;
- les démarches d'évaluation ou de certification ;
- les mesures prises pour assurer la conformité de la société aux dispositions législatives ;
- les dépenses environnementales ;
- les services de gestion de l'environnement ;
- le montant des provisions et garanties pour risques en matière d'environnement ;
- le montant des indemnités versées au cours de l'exercice ;
- les éléments sur les objectifs que la société assigne à ses filiales à l'étranger.

L'arrêté du 30 avril 2002 détaille les rejets dans l'air, l'eau et le sol affectant gravement l'environnement qui doivent être mentionnés dans le rapport, comme notamment les émissions de gaz à effet de serre, les substances toxiques…
Ainsi selon le rapport de l'ORSE (2004), cette loi a été motivée par la volonté des auteurs de la réglementation de satisfaire aux demandes d'informations des parties prenantes, c'est à dire

d'obliger les entreprises à fournir à leurs parties prenantes une information transparente et synthétique sur les conséquences environnementales et sociales de leurs activités.
Cette obligation de rendre des comptes fut renforcée pour certaines sociétés par la loi du 30 juillet 2003 relative à la prévention des risques technologiques et naturels et à la réparation des dommages.

2.4. LA LOI DU 30 JUILLET 2003

Pour certaines sociétés à risques, de nouvelles obligations apparaissent concernant les informations à fournir dans le rapport de gestion.
La loi 2003-699 du 30 juillet 2003 relative à la prévention des risques technologiques et naturels et à la réparation des dommages a pour mission d'accroître l'information des populations et des contractants sur les risques possibles.
L'article 23 précise que « *pour les sociétés exploitant au moins une installation figurant sur la liste prévue au IV de l'article L.515-8 du code de l'environnement, le rapport mentionné à l'article L.225-102 du présent code :*
- informe de la politique de prévention du risque d'accident technologique menée par la société ;
- rend compte de la capacité de la société à couvrir sa responsabilité civile vis-à-vis des biens et des personnes du fait de l'exploitation de telles installations ;
- précise les moyens prévus par la société pour assurer la gestion de l'indemnisation des victimes en cas d'accident technologique engageant sa responsabilité » (article L225-102-2 du code de commerce).
De plus, l'article 24 prévoit que « *dans le cas où l'entreprise exploite une ou plusieurs des installations classées au sens du titre Ier du livre V du code de l'environnement (concerne d'une manière générale les installations qui peuvent présenter des dangers pour la santé, sécurité, pour la protection de la nature et de l'environnement…), le bilan économique et social est complété par un bilan environnemental que l'administrateur fait réaliser dans des conditions prévues par décret en Conseil d'Etat* » (article L.621-54 du code de commerce).

2.5. LA LOI SUR L'INVESTISSEMENT SOCIALEMENT RESPONSABLE ET LA LOI SUR LA SECURITE FINANCIERE (LSF)

D'autres lois moins précises et moins explicites quant à la divulgation d'informations sociales et environnementales, mais pouvant de près ou de loin toucher à ce domaine, sont présentes en France. Elles concernent essentiellement les placements financiers orientés vers des problématiques de développement durable.

On retrouve la loi n° 2001-152 du 19 février 2001 relative à l'épargne salariale (article L.214-39 du code monétaire et financier) : « *Le règlement du fonds commun de placement d'entreprise dans le cadre du plan partenarial d'épargne salariale volontaire, précise que le cas échéant, les considérations sociales, environnementales ou éthiques que doit respecter la société de gestion dans l'achat ou la vente des titres, ainsi que dans l'exercice des droits qui leur sont attachés. Le rapport annuel du fonds rend compte de leur application, dans des conditions définies par la Commission des Opérations Boursières* ».

La loi n° 2001-624 du 17 juillet 2001 énonce que le fonds de réserve pour les retraites est doté d'un directoire qui doit rendre compte régulièrement au Conseil de surveillance de la manière dont les orientations générales de la politique de placement du fonds ont pris en compte des considérations sociales, environnementales et éthiques (code de la sécurité sociale) .

Enfin, la loi sur la Sécurité Financière (LSF) du 1er août 2003 impose « *au président du conseil d'administration ou du conseil de surveillance de rendre compte, dans un rapport spécifique, des conditions de préparation et d'organisation des travaux du conseil, ainsi que des procédures de contrôle interne mises en place par la société* » (article 117). Cette loi ne stipule pas clairement que le contrôle interne concerne directement les risques sociaux et environnementaux mais pourquoi cette obligation ne les intégrerait-elle pas de façon informelle ?

2.6. LE GRENELLE 1 ET 2

Depuis quelques années le gouvernement français a engagé des démarches qui visent à replacer le développement durable au cœur des priorités françaises. En mai 2007, le « *Grenelle de l'Environnement* » réunit l'Etat et les représentants de la société civile afin de définir une feuille de route en faveur de l'écologie, du développement et de l'aménagement durables. Le terme « *Grenelle* » provient des accords de Grenelle négociés et conclus en mai 1968 au siège du ministère du Travail situé dans la rue de Grenelle. Par analogie aux accords

de Grenelle, un Grenelle est un débat multipartite réunissant des représentants du gouvernement et de la société civile.

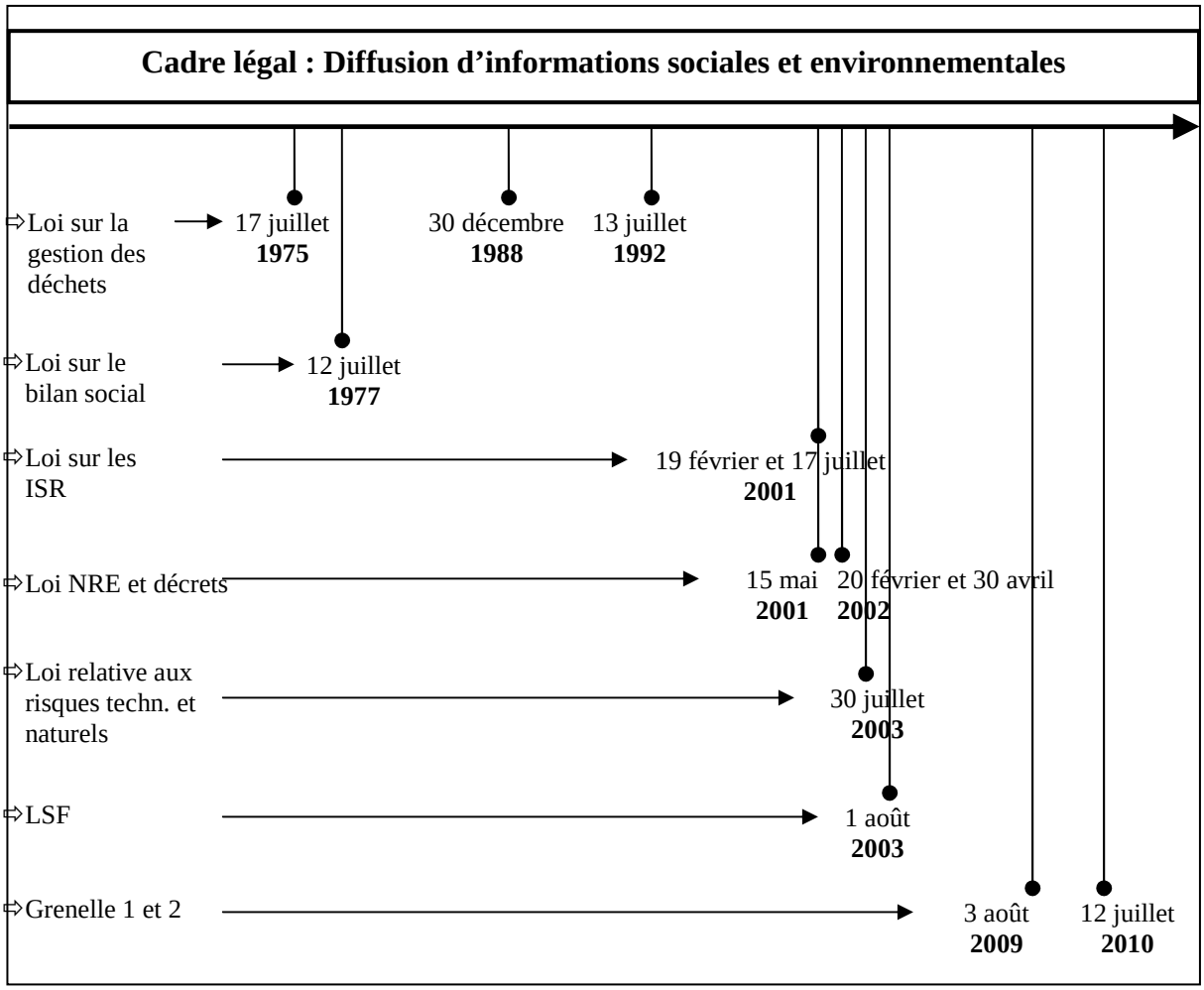
Le 21 octobre 2008, l'Assemblée nationale a voté à l'unanimité le Grenelle 1. Le parlement a voté à la quasi unanimité le 23 juillet 2009, la loi dite Grenelle 1 et elle a été promulguée le 3 août 2009. Le Grenelle 1 constitue un projet de loi de programme relatif à la mise en œuvre des propositions débattues en mai 2007 par les parties en présence. Il s'agit d'un texte qui fixe les objectifs de l'Etat en matière de développement durable. Ce projet de loi comporte de nombreux articles et couvre plusieurs thèmes et notamment le reporting sociétal. Le titre V de la loi Grenelle 1 intitulé « *Gouvernance, information et formation* » comporte un article 46 qui concerne directement le reporting sociétal des entreprises françaises (Annexe 1 : Extrait de la loi Grenelle 1 Titre V article 46). Cet article du projet de loi de mise en œuvre du Grenelle 1, qui place la qualité des informations sociétales comme conditions essentielles de la bonne gouvernance des entreprises, ouvre plusieurs pistes de réflexion et pourrait renforcer les exigences en matière de reporting sociétal. Tout d'abord, le gouvernement pourrait étendre l'application de la loi NRE à d'autres entreprises en fonction de leur chiffre d'affaires, du total de bilan ou de leur effectif. Ensuite, il pourrait être demandé aux entreprises de préciser les obligations de reporting, en incluant par exemple l'activité des filiales de l'entreprise. Enfin, les informations relatives à la contribution de l'entreprise au développement durable pourraient également être intégrées dans cette diffusion d'informations sociétales.

Ainsi, la loi Grenelle 1 fixe les grands objectifs. Le Grenelle 2, dite « *loi portant engagement national pour l'environnement* », va expliquer comment les réaliser, et avec quels outils. Cette dernière définit ainsi les mesures pour atteindre les objectifs de la loi Grenelle 1. Cette loi vise à décliner et appliquer la loi Grenelle 1. Le Grenelle 2 concerne le projet de loi d'application des mesures prises dans le cadre du Grenelle de l'Environnement. Il s'agit des mesures concrètes qui découlent des engagements pris par le Grenelle 1. La loi portant engagement pour l'environnement, dite loi Grenelle 2, a été votée par le parlement le 29 juin 2010 et promulguée le 12 juillet 2010 (loi n°2010-788). L'article 83 étend, sous conditions, l'obligation fixée par la loi NRE, aux entreprises de plus de 500 salariés dont le total du bilan excède un seuil fixé par décret en Conseil d'Etat (Annexe 2: Extrait de la loi Grenelle 2 Chapitre 6-Section 1 article 83).

En résumé, les lois Grenelle 1 et 2 ont pour objectif d'assurer une plus grande transparence des informations sociétales et de garantir leur accès, conditions essentielles de la bonne gouvernance des entreprises (Desbarats, 2009).

Le cadre légal français est synthétisé dans un schéma chronologique. La figure 10 reprend les lois françaises en les classant chronologiquement sur un axe du temps.

Figure 10 : Le cadre légal français du reporting sociétal



Concernant la diffusion d'informations sociétales, le cadre légal français est riche. Depuis les premières lois sur la gestion des déchets (1975, 1988, 1992) et sur le bilan social (1977), de multiples initiatives ont été entreprises pour réglementer la diffusion d'informations. La loi la plus pertinente dans le domaine reste la loi sur les Nouvelles Régulations Economiques (NRE) qui a fixé de nouvelles obligations en matière de diffusion d'informations sociétales pour certaines entreprises. Très récemment, les lois Grenelles ont amené de nouvelles exigences et renforcé les obligations en matière de diffusion.

Cependant au niveau international, des initiatives ont également été engagées. La section suivante présente ces multiples initiatives internationales.

3. UNE MULTIPLICITE D'INITIATIVES INTERNATIONALES

Les organisations internationales ont pris des initiatives qui ont pour but d'inciter les entreprises à communiquer aux parties prenantes des informations en matière sociales et environnementales.

Ces incitations internationales envers les entreprises peuvent prendre la forme de normes lancées par les pouvoirs publics ou par la Commission Européenne. Des recommandations émises par la Commission Européenne ou l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE) voient le jour. Les Nations Unies prévoient des principes faisant référence à la communication sociale et environnementale et entrant dans le champ du « Global Compact ». Enfin, le Global Reporting Initiative (GRI) émerge comme un standard en matière de normes internationales de reporting dans le domaine du développement durable.

Tout d'abord, nous présentons les normes internationales telles que les normes ISO et EMAS (3.1). Les autres initiatives de l'Union Européenne seront ensuite développées (3.2). Les recommandations proposées par l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques sont également exposées (3.3). Pour finir, nous décrivons les initiatives des Nations Unies (3.4) et les principes du Global Reporting Initiative (3.5).

3.1. LES NORMES INTERNATIONALES

Les diverses organisations internationales cherchant à promouvoir de bonnes pratiques de RSE et une bonne communication environnementale ont élaboré des normes facultatives dans le cadre de programmes volontaires publics, qui peuvent être mises en place librement par les entreprises qui le souhaitent. On distingue essentiellement deux normes en matière de communication environnementale et sociale : d'un côté, les normes ISO 14000 et 14063 et plus récemment la norme ISO 26000 et, d'un autre côté, les normes EMAS.

L'Organisation Internationale de Normalisation (ISO), ONG privée, a élaboré une série de normes de gestion environnementale connues sous le nom d'ISO 14000.

Cette série de norme apparue en 1995, qui concerne le management environnemental (Système de Management Environnemental : SME), s'adresse à toutes les organisations qui veulent mettre en place une gestion visant à maîtriser leur impact sur l'environnement. Ainsi,

elles visent à la connaissance et à la maîtrise des impacts d'une entreprise sur son environnement. L'application de ces normes est volontaire. Cependant, des donneurs d'ordre privés peuvent imposer la mise en place de ces normes à leurs sous-traitants ou fournisseurs. S'agissant de la divulgation d'informations environnementales, la norme ISO 14063 publiée en août 2006, est spécifiquement dédiée à cette problématique. Elle fournit aux organisations les lignes directrices sur les politiques, les stratégies et les activités liées à la communication environnementale interne et externe à l'organisation. Toutes les organisations peuvent appliquer cette norme, même si elles n'ont pas mis en place un système de management environnemental. En effet, elle peut être utilisée seule ou être associée à toute autre norme ISO 14000.

Plus récemment, la norme ISO 26 000, relative à la Responsabilité Sociétale des Organisations, a suscité de vifs débats dans le monde académique et professionnel. Elle est actuellement en cours d'élaboration et sera publiée fin 2010. Le projet est ambitieux même si la « communauté internationale » n'a toujours pas réussi à trouver un consensus sur le sujet. En effet, le processus de normalisation repose sur le principe qu'une norme résulte d'un consensus entre les parties prenantes concernées. Les catégories d'acteurs concernées sont ici les industries, les gouvernements, les organisations syndicales, les Organisations Non Gouvernementales, les associations de consommateurs, ainsi que d'autres parties prenantes comme les universitaires, le monde du conseil et de l'audit… Pour l'ISO 26 000 le projet de norme a été initié en 2001 par des organisations de consommateurs inquiets face aux pratiques de certaines multinationales et des conséquences que cela pouvait avoir sur les conditions de travail et de vie des populations. Le document s'intitule « *lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale* » et il comporte 7 chapitres :

1) Domaine d'application
2) Termes et définitions
3) Appréhender la responsabilité sociétale
4) Principes de la responsabilité sociétale
5) Identifier la responsabilité sociétale et dialoguer avec les parties prenantes
6) Lignes directrices sur les questions centrales de responsabilité sociétale
7) Lignes directrices relatives à l'intégration de la responsabilité sociétale dans l'ensemble de l'organisation

Le chapitre 7 qui fournit les lignes directrices relatives à l'intégration de la responsabilité sociétale dans les organisations consacre une partie à la « *communication sur la responsabilité sociétale* » (page 78 de la norme). Ce chapitre rappelle le rôle de la

communication dans la responsabilité sociétale et les caractéristiques que les informations sociétales doivent avoir. De plus, l'ISO 26000 incite les entreprises à produire un rapport dédié à ce type d'informations ou à les présenter via d'autres supports tels que les sites web, les bulletins d'informations, les lettres….

Il est précisé dans la norme qu'« *il convient que, à intervalles appropriés, une organisation élabore pour les parties prenantes concernées un rapport sur ses performances en matière de responsabilité sociétale. Un nombre croissant d'organisations établissent périodiquement un rapport destiné à leurs parties prenantes sur leurs performances en matière de responsabilité sociétale* » (Encadré 14-page 80 de la norme). Des recommandations et des considérations à prendre en compte pour l'élaboration de ce type de document font suite à cet appel à publication.

Ainsi, la norme constitue une avancée considérable par son ambition et par l'application d'un certain nombre de principes qui jusque là n'avaient jamais été correctement exposés. En outre, l'adoption librement consentie de l'ISO 26 000 par une organisation semble de nature à fournir à l'entreprise et à un ensemble de parties prenantes une base de réflexion et un guide d'actions (Igalens, 2009).

En 1993, la Commission Européenne lance la norme EMAS (Eco-Management and Audit Scheme). Lors de sa création (règlement CEE n°1836-93 du 29 juin 1993), seules les entreprises du secteur industriel étaient concernées par ce règlement. Mais le règlement n°761 -2001 du 19 mars 2001 a étendu cette norme à tous les secteurs d'activité. Il s'agit d'un outil de gestion utilisable par toutes les organisations faisant partie des pays de l'Espace Economique Européen (EEE) et leur permettant d'évaluer, d'améliorer et de rendre compte de leur performance environnementale de façon volontaire.

La norme EMAS a comme spécificité d'imposer aux entreprises l'utilisant, la mise en place d'un système de management environnemental et la publication d'un rapport public fournissant des informations détaillées sur leur performance environnementale. Ce rapport est appelé « déclaration environnementale ».

3.2. LES AUTRES INITIATIVES DE L'UNION EUROPEENNE

La recommandation de la Commission Européenne du 30 mai 2001 [C(2001)1495] concernant la prise en considération des aspects environnementaux dans les comptes et rapports annuels des sociétés (inscription comptable, évaluation et publication d'informations)

est intéressante à analyser dans le cadre de la divulgation des informations environnementales.

Cette recommandation préconise tout d'abord un rapprochement entre les rapports environnementaux et les rapports annuels : « *l'objectif recherché doit donc être d'introduire une plus grande homogénéité, une meilleure cohérence et une association plus étroite entre les rapports environnementaux séparés, d'une part, et les comptes et rapports annuels, d'autre part. L'objet de la présente recommandation est de poursuivre cet objectif en assurant que des données environnementales seraient incorporées aux comptes et rapports annuels selon des modalités qui complètent l'information fournie dans les rapports environnementaux séparés, plus détaillés et au champ plus large.* » (Recommandation (10))

La recommandation du 30 mai 2001 est composée d'orientations qui ont pour objectif « *d'accroître la quantité, la transparence et la comparabilité des données environnementales contenues dans les comptes et rapports annuels* » (recommandation (10)). De plus, concernant toujours les questions liées à l'environnement, elle précise qu'il est important d'harmoniser la nature de ce qui doit être divulgué dans les rapports et comptes annuels des entreprises de l'Union Européenne.

Il est précisé que « *les informations sur les aspects environnementaux doivent être publiées dans la mesure où elles ont une incidence sur les performances ou la situation financière de l'entreprise qui établit les comptes* » (recommandation annexe partie 4 publication d'informations).

Ainsi la recommandation donne des orientations générales en matière de divulgation d'informations et définit les éléments pertinents et transparents qui doivent être mentionnés pour permettre la comparabilité et la cohérence de l'information environnementale publiée.

Un livre vert nommé « *Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises* » est publié sur l'initiative de la Commission Européenne le 18 juillet 2001.

Comme il est précisé dans le livre vert, ce document « *vise à lancer un large débat sur la façon dont l'Union Européenne pourrait promouvoir la responsabilité sociale des entreprises au niveau tant européen qu'international et, notamment, sur les moyens d'exploiter au mieux les expériences existantes, d'encourager le développement des pratiques novatrices, d'améliorer la transparence et de renforcer la fiabilité de l'évaluation et de la validation des diverses initiatives réalisées en Europe.* » (Livre vert p.4). Ainsi le livre vert encourage les entreprises à présenter des rapports contenant des informations d'ordre social et environnemental.

La directive n°2003/51/EC du Parlement Européen et du Conseil du 18 juin 2003 porte sur les comptes annuels et les comptes consolidés de certaines catégories de sociétés, des banques et autres établissements financiers et des entreprises d'assurance. Cette directive prévoit qu'une entreprise ne doit pas limiter la diffusion d'informations aux seuls aspects financiers mais doit aussi communiquer sur les aspects environnementaux et sociaux. Elle énonce que (article1.14)[11] : « *dans la mesure nécessaire à la compréhension de l'évolution des affaires, des résultats ou de la situation de la société, l'analyse comporte des indicateurs clés de performance de nature tant financière que, le cas échéant, non financière ayant trait à l'activité spécifique de la société, notamment des informations relatives aux questions d'environnement et de personnel* ».

3.3. LES RECOMMANDATIONS DE L'OCDE

En 1998, l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE) publie des recommandations sur l'information environnementale qui sont adoptées par les ministres de l'environnement des pays de l'OCDE et le Conseil de l'OCDE (recommandation du 3 avril 1998). Ces principes directeurs sont des recommandations visant à promouvoir un comportement responsable des entreprises.

Ces recommandations préconisent notamment aux pays membres « *d'inciter les entreprises à faire rapport de manière efficace et périodique en fournissant des informations appropriées et à jour relatives aux répercussions de leurs activités sur l'environnement, par exemple, en ce qui concerne les niveaux d'émission de polluants, l'utilisation des ressources naturelles et les risques potentiels en liaison avec des activités et produits dangereux, ainsi que des informations sur les progrès et réalisations des entreprises en matière d'environnement ; de promouvoir la diffusion d'informations pertinentes devant permettre au public en général d'évaluer les conséquences pour l'environnement des activités des entreprises et aux citoyens de prendre des mesures de prévention efficaces, par exemple en cas d'urgence* ».

Ainsi une des priorités pour les pays de l'OCDE est de veiller à ce que les parties prenantes aient facilement accès à l'information environnementale, conformément à la « Recommandation du Conseil de l'OCDE sur l'information environnementale » de 1998.

[11] Modifie les directives 78/660/CEE et 83/349/CEE.

En 2000, les principes directeurs de l'OCDE à l'intention des multinationales ont été révisés. Ils précisent que « *les entreprises sont encouragées à communiquer des informations supplémentaires pouvant inclure des déclarations à l'intention du public énonçant des principes ou règles de conduite, y compris des informations sur les politiques sociales, éthiques et environnementales de l'entreprise et les autres codes de conduites auxquels l'entreprise souscrit* » (les principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales : révision 2000 p.25)

Ces principes directeurs sont des recommandations que les gouvernements adressent aux entreprises multinationales. Les acteurs ne sont pas tenus de les respecter mais les gouvernements eux, doivent promouvoir leur application. L'objectif de ce cadre volontaire est de promouvoir un comportement responsable de la part des entreprises en proposant des recommandations applicables au niveau international.

3.4. LES PROGRAMMES DES NATIONS UNIES

Lors du sommet de la Terre réuni à Rio en 1992, plus de 170 pays reconnaissent la nécessité de mettre en place un développement durable ; un programme mondial intitulé Action 21[12] composé de 2500 recommandations est établi.

L'Agenda 21 est un guide de mise en œuvre du développement durable pour le 21ème siècle, les nations qui se sont engagées pour sa mise en place doivent l'appliquer au niveau national, régional et local.

Les participants à la Conférence des Nations Unies sur l'Environnement et le Développement (CNUED) ont ainsi adopté ce guide contenant plusieurs chapitres dont l'un s'intitule « *l'information pour la prise de décision* » (chapitre 40). Dans le cadre du développement durable, le besoin d'information lié à ce thème est présent à tous les niveaux et les décisions qui en découlent doivent être fondées sur des informations fiables et pertinentes. Pour ce faire, il faut appliquer deux éléments du programme : « *l'élimination du fossé qui existe en matière d'information* » et « *l'amélioration de l'accès à l'information* ». L'objectif du programme est de faire des recommandations ayant pour but de présenter des informations (dont environnementales et sociales) fiables, opportunes et pertinentes sous la forme et dans les délais requis pour faciliter leur utilisation. Il peut s'agir par exemple de la mise en place de mécanismes assurant un échange efficace et harmonisé d'informations aux niveaux local,

[12] Intitulé Agenda 21 pour les pays francophones

provincial, national et international ; et de réviser les formats de données, les formats d'accès et de diffusion et les interfaces des communications existants ou en établir de nouveaux.
Même si au départ l'Agenda 21 correspond aux plans de développement durable mis en place par les Etats ou collectivités territoriales (pour les Agenda 21 locaux), peu à peu, d'autres acteurs tels que les entreprises ont utilisé ce terme et les recommandations qui en découlent pour mener leur projet de développement durable.

Kofi Annan, secrétaire général de l'ONU, propose en janvier 1999 lors du forum économique de Davos, un partenariat entre les Nations Unies, les ONG et le milieu des affaires. Le « Global Compact » lancé le 26 juillet 2000, cadre de référence et de dialogue destiné à faciliter la convergence entre les pratiques du secteur privé et les valeurs universelles, voit le jour.
Pour inciter les entreprises à communiquer sur les dimensions sociales et environnementales, en janvier 2003, le Global Compact prévoit que les entreprises doivent « *communiquer avec leur parties prenantes, chaque année, sur les progrès accomplis dans l'intégration des principes du Global Compact, en utilisant leur rapport annuel, rapport de développement durable ou autres rapports publics, leur site web ou autres moyens de communication* ». Le respect des principes du Global Compact reste une initiative volontaire. Toutefois, depuis 2004, le Global Compact a mis en place des sanctions pour les sociétés signataires qui ne respecteraient pas les principes de divulgation de l'information. En ce sens, les entreprises qui enfreindraient ces principes se verraient désigner sur le site officiel du Global Compact sous l'appellation de « sociétés inactives » par opposition aux sociétés qui respecteraient les principes et seraient désignées comme « sociétés actives ».

3.5. LA GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

La GRI (Global Reporting Initiative), qui est un organisme international et multipartite non gouvernemental à but non lucratif, a été créée en 1997. Son objectif est de renforcer la qualité du reporting du développement durable.
Rassemblée par la coalition pour les économies environnementalement responsables (CERES) en association avec le programme d'environnement des Nations Unies (PNUE), la GRI incorpore la participation active des sociétés, des O.N.G, des organismes de comptabilité, et d'autres parties prenantes du monde entier.

En 2002, après consultation de groupes de travail regroupant de multiples parties prenantes, la première version des lignes directrices de la GRI ont été revisitées. Ce groupe de travail a mis en place un document regroupant des lignes directrices en matière de reporting de développement durable. Ces lignes directrices ont également été révisées et publiées en octobre 2006 (lignes directrices –G3).

La GRI vise à accompagner les entreprises dans la préparation de leurs rapports en matière de « responsabilité sociale » ou de « développement durable » en proposant un format standard pour faciliter les comparaisons entre entreprises d'un même secteur d'activité et ainsi permettre une meilleure diffusion des informations sociales et environnementales.

Ainsi plusieurs principes ont été mis en avant. Concernant les processus de rédaction du rapport, la transparence, le dialogue entre parties prenantes et l'auditabilité sont des règles à respecter. Les informations publiées dans le rapport doivent être pertinentes et significatives, celles susceptibles de renseigner les personnes lisant le rapport sur les impacts sociaux, économiques et environnementaux de l'organisation doivent être spécifiées, en précisant leur périmètre et les dates auxquelles elles s'appliquent. Les données fournies dans les rapports doivent être précises, neutres et comparables. Enfin, les rapports doivent être clairs et produits de manière régulière.

La GRI a pour mission de développer des indicateurs mondialement utilisables, rendant compte des performances économiques, sociales et environnementales des entreprises. Ainsi une classification hiérarchique (dimension, catégorie et aspect) des informations sur les performances a été élaborée (Annexe 3 : Les indicateurs GRI). Les indicateurs[13] sont regroupés en indicateurs économiques, sociaux et environnementaux. Nous allons citer quelques exemples d'indicateurs de performance préconisés par la GRI.

⇨ Les <u>indicateurs économiques</u> comportent 3 volets :

- le volet *Performance économique* (par exemple l'indicateur EC1 : valeur économique directe créée et distribuée, incluant les produits, les coûts opérationnels, prestations et rémunérations des salariés, donations et autres investissements pour les communautés, les résultats mis en réserves, les versements aux apporteurs de capitaux et aux Etats),
- le volet *Présence sur le marché* (par exemple l'indicateur EC5 : Distribution des ratios comparant le salaire d'entrée de base et le salaire minimum local sur les principaux sites opérationnels),

[13] Tous les indicateurs économiques, environnementaux et sociaux sont disponibles sur le site Internet de la Global Reporting Initiative (www.globalreprotinginitiative.com).

- le volet *Impacts économiques indirects* (par exemple l'indicateur EC8 : Développement et impact des investissements en matière d'infrastructures et des services, principalement publics, réalisés via une prestation commerciale, en nature ou à titre gratuit).

⇨ Les indicateurs environnementaux comportent 5 volets :

- le volet *Matière* (par exemple l'indicateur EN1 : consommation de matière en poids ou en volume),
- le volet *Energie* (par exemple l'indicateur EN3 : consommation d'énergie directe répartie par source d'énergie primaire),
- le volet *Eau* (par exemple l'indicateur EN8 : volume total d'eau prélevé par source),
- le volet *Biodiversité* (par exemple l'indicateur EN11 : emplacement et superficie des terrains détenus, loués ou gérés dans ou au voisinage d'aires protégées et en zones riches en biodiversité en dehors de ces aires protégées),
- le volet *Emission effluents et déchets* (par exemple l'indicateur EN 16 : émissions totales, directes ou indirectes, de gaz à effet de serre, en poids).

⇨ Les indicateurs sociaux comportent 4 sous parties, elles-mêmes comportant plusieurs volets :

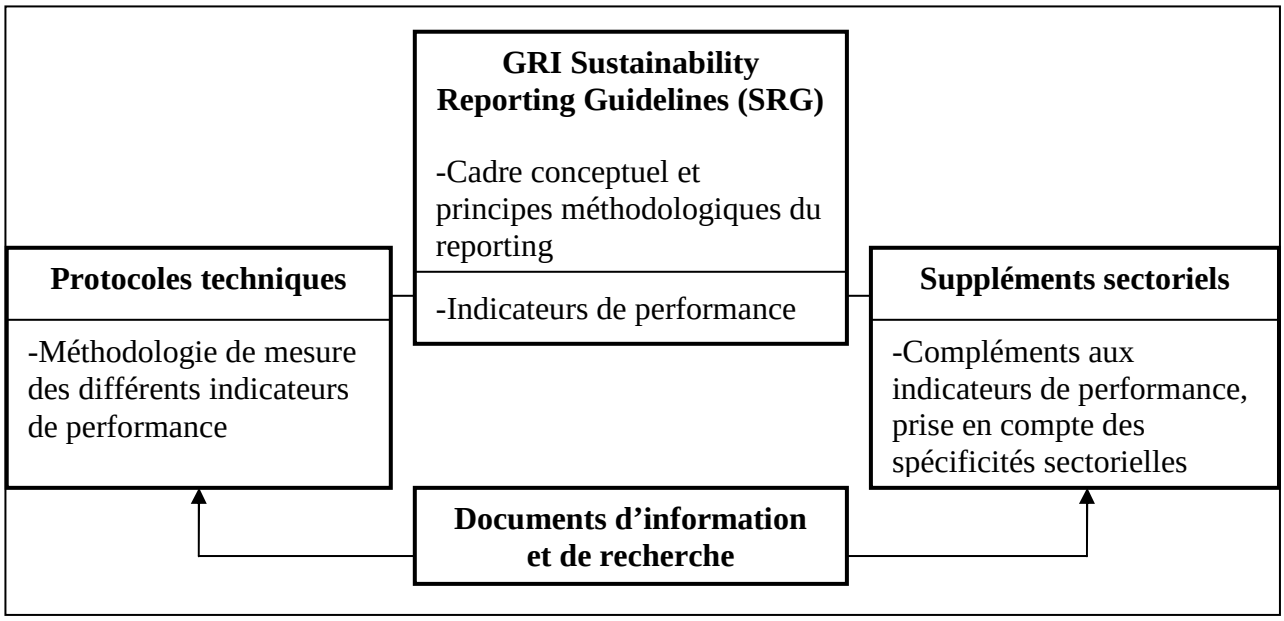
- la partie *Droit de l'Homme* : par exemple dans le volet *Non discrimination* l'indicateur HR4 comporte le nombre total d'incidents de discrimination et les mesures prises.
- la partie *Emploi, relations sociales et travail* : dans le volet *Emploi* on trouve l'indicateur LA1 relatif à l'effectif total par type d'emploi, de contrat de travail et de zone géographique.
- la partie *Responsabilité du fait des produits* : dans le volet *Etiquetage des produits et des services*, l'indicateur PR5 recense les pratiques relatives à la satisfaction client et notamment les résultats des enquêtes de satisfaction client.
- la partie *Société* : le volet communauté comporte l'indicateur SO1 sur la nature, la portée et l'efficacité de tout programme et pratique d'évaluation et de gestion des impacts des activités, à tout stade d'avancement, sur les communautés.

La liste des indicateurs met en lumière la diversité des acteurs concernés par les indicateurs sociétaux devant être diffusés selon la GRI. Ainsi, le cadre GRI est destiné à être utilisé pour

rendre compte de la performance économique, environnementale et sociale des organisations à diverses parties prenantes.

La GRI vise à accompagner les entreprises dans la préparation de leurs rapports en matière de « responsabilité sociale » ou de « développement durable » en proposant un format standard pour faciliter les comparaisons entre entreprises d'un même secteur d'activité et ainsi permettre une meilleure diffusion des informations sociales et environnementales.
Ainsi, dans l'objectif de diffuser et d'encadrer les pratiques de reporting sociétal, la GRI produit une série de documents et standards, à différents niveaux. La figure suivante présente l'architecture des documents et standards de la GRI.

Figure 11 : L'architecture des documents et standards de la GRI



Source : Acquier (2007, p.238).

La GRI définit un ensemble de principes de reporting et de cadres pouvant servir de références normatives dont l'objectif est de structurer le reporting sociétal. Comme précisé précédemment, la GRI fournit également une série d'indicateurs de performance pouvant être comparés à un plan comptable dans le domaine du social et de l'environnement (Acquier, 2007). Ces indicateurs sont présentés dans un document intitulé « Sustainability Reporting Guidelines » (SRG). Au-delà de ce document, la GRI produit d'autres types de rapports tels que des « research reports » fournissant un état des lieux sur les pratiques de reporting dans

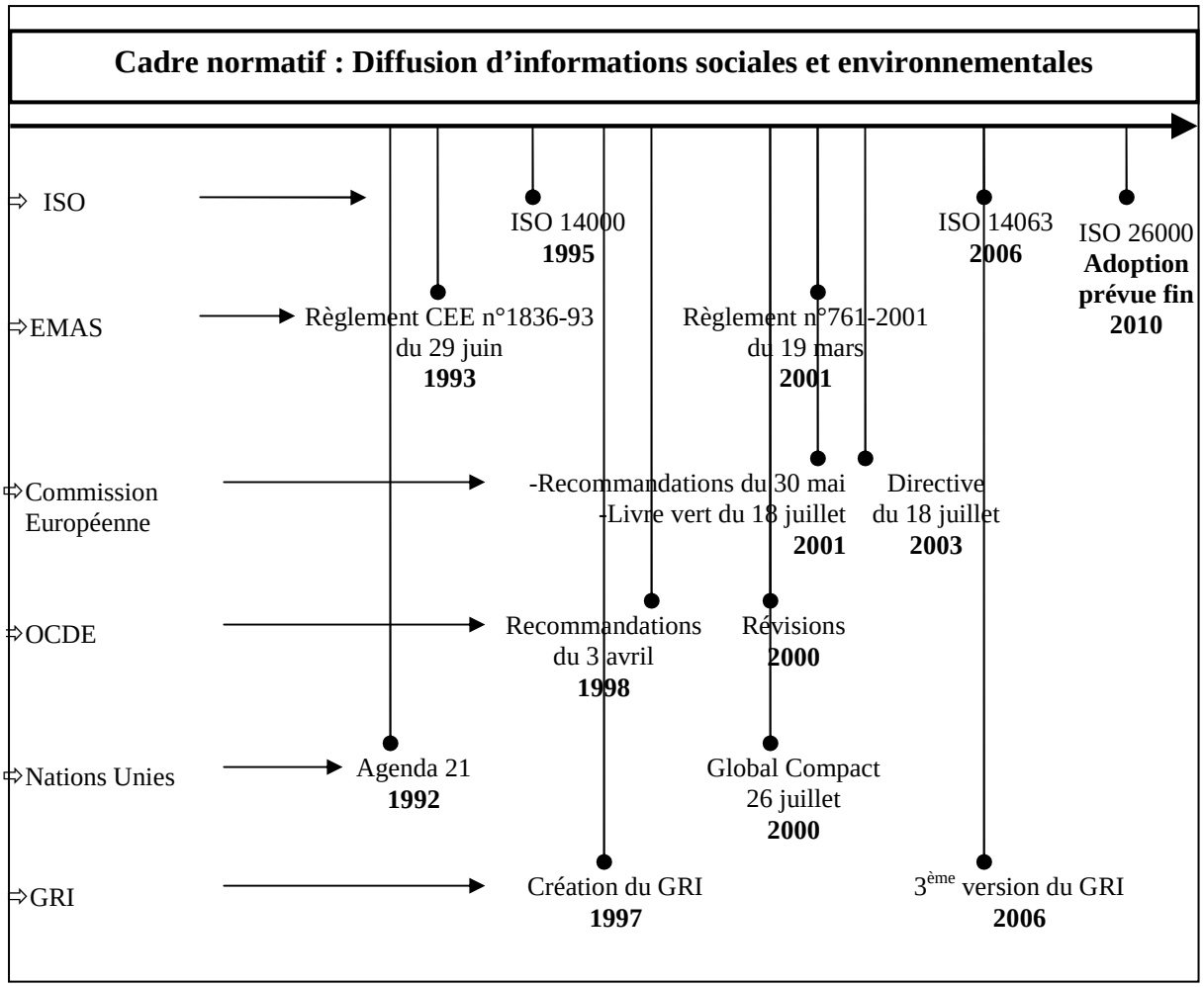
certains secteurs, un supplément sectoriel avec des indicateurs spécifiques ou encore des documents fournissant un ensemble de protocoles techniques visant à accompagner les utilisateurs et à détailler des points abordés dans les SRG.

Aujourd'hui les lignes directrices de la Global Reporting Initiative semblent être les normes, qui au niveau mondial, ont le plus de succès. Certains auteurs montrent l'influence de la normalisation comptable anglo-saxonne sur ce référentiel (Capron et Quairel, 2003 ; Quairel, 2004 ; Giordano-Spring et Rivière-Giordano, 2007). La GRI est donc le produit d'un processus technique mais également politique. En effet, les entreprises utilisent ces normes pour prévenir une régulation contraignante en matière de diffusion d'informations sociétales (Capron et Quairel, 2003).

Depuis l'Agenda 21 adopté lors du sommet de la terre, à Rio en 1992, les organisations internationales n'ont cessé de mettre en place des recommandations, règlements ou normes. Aujourd'hui c'est la norme ISO 26000, « *norme de 4ème type* », qui est en cours d'adoption (Blaes, 2009 ; Igalens, 2009 ; Webb, 2009). Ce retour historique a été primordial pour comprendre les études académiques sur la diffusion d'informations sociétales. La revue de la littérature sur la diffusion des informations sociétales fait l'objet de la section suivante.

L'ensemble des normes et des initiatives internationales en matière de reporting sociétal est résumé dans un schéma. La figure 12 ci-dessous reprend les normes en les classant par type et chronologiquement.

Figure 12 : Les initiatives internationales en matière de reporting sociétal



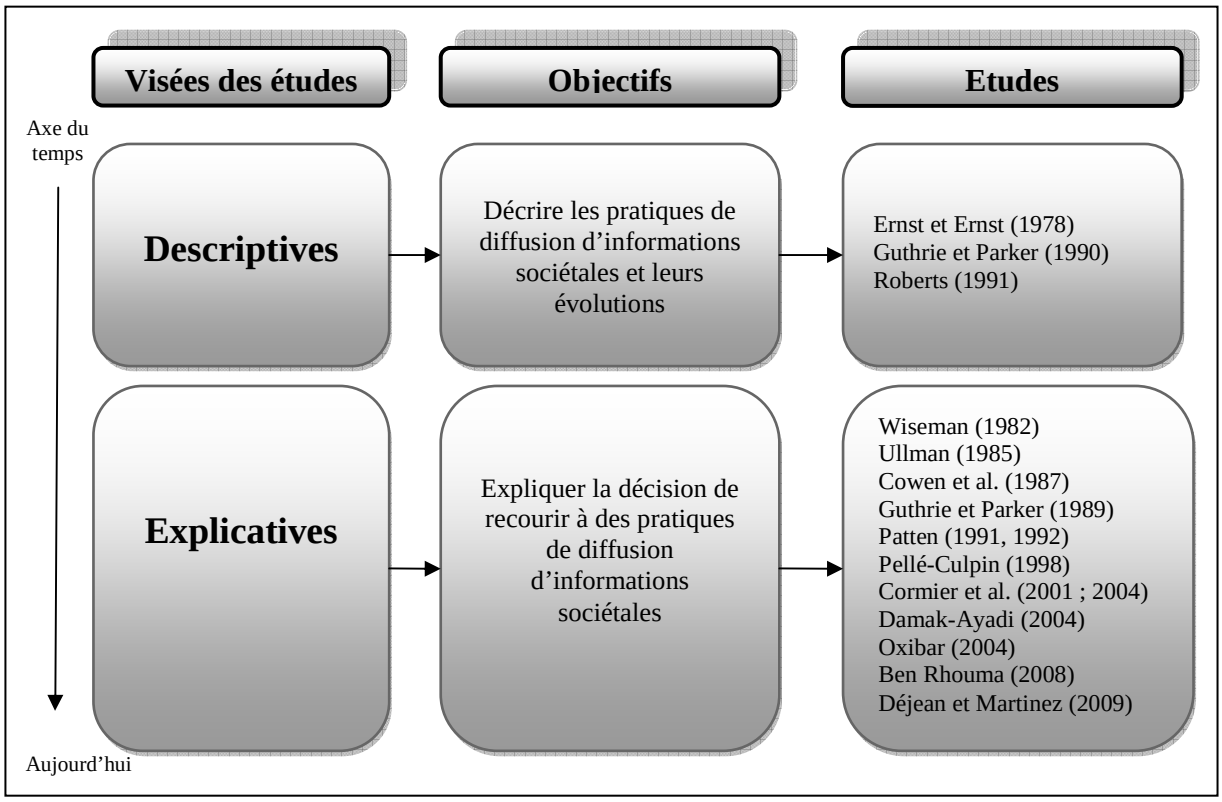
SECTION 3 –REVUE DE LA LITTERATURE SUR LA DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES

Les recherches dans le champ du reporting sociétal sont nombreuses et ne cessent d'évoluer. Les premières études descriptives ont laissé la place à des études explicatives dont l'objectif est d'analyser le comportement des entreprises dans la mise en place d'un système de reporting sociétal. Afin d'apporter un éclairage sur la littérature académique dans le domaine, nous proposons de présenter un panorama de ces recherches en les classant en études descriptives et explicatives (1), puis nous présentons les déterminants relatifs à la diffusion d'informations sociétales (2). Les limites de ces études sont enfin exposées (3).

1. UN PANORAMA DES ETUDES SUR LA DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES

Parmi les études analysant la diffusion d'informations sociétales, certaines sont uniquement descriptives et identifient les évolutions et les pratiques de diffusion sociétale (Ernst et Ernst, 1978 ; Guthrie et Parker, 1990 ; Roberts, 1991). D'autres études vont au-delà d'une analyse descriptive et tentent d'expliquer dans quelles mesures les entreprises diffusent ce type d'informations sociétales. Parmi elles, peuvent citées Wiseman (1982), Ullmann (1985), Cowen et al. (1987), Guthrie et Parker (1989), Patten (1991), Roberts (1992), Pellé-Culpin, (1998) et Damak-Ayadi (2004). La figure 13 présente les deux types de visées empiriques portant sur la diffusion d'informations sociétales.

Figure 13 : Les visées des études empiriques sur la diffusion d'informations sociétales



La figure 13 montre que les premières études sont exclusivement descriptives (1.1). Peu à peu les chercheurs ont tenté d'expliquer le comportement des entreprises dans la mise en place d'un reporting sociétal (1.2).

1.1. LES ETUDES DESCRIPTIVES

Le reporting sociétal a fait l'objet de recherches décrivant uniquement les pratiques de diffusion d'informations sociétales et réalisant un constat sur l'état de ces pratiques. Ces études purement descriptives sont les plus anciennes.

L'étude pionnière dans le domaine et la plus connue est celle d'Ernst et Ernst (1978). Elle décrit les pratiques de publication d'informations sociétales. Les auteurs identifient six thèmes de diffusion d'informations : l'environnement, l'énergie, les pratiques d'affaires loyales, les ressources humaines, les produits et l'implication dans la société civile. Ils constatent l'accroissement du nombre d'entreprises publiant des informations sociétales dans les rapports annuels : sur les 500 premières entreprises américaines, 59,6% publiaient des

informations sociétales dans les rapports annuels en 1973 alors qu'en 1977, le pourcentage s'élève à 89,3.

D'autres recherches décrivant les pratiques de reporting s'attardent sur l'analyse des similitudes ou divergences entre différents pays. Guthrie et Parker (1990) réalisent une étude comparative entre trois pays anglo-saxons (Etats Unis, Australie et Royaume-Uni) pour décrire les disparités dans les pratiques de diffusion des informations sociétales en fonction des pays. L'étude porte sur 147 rapports annuels publiés en 1983. Les résultats suggèrent que les entreprises australiennes sont celles qui communiquent le moins d'informations sociétales (56% d'entreprises australiennes communiquent sur ces informations contre 85% d'entreprises américaines et 98% d'entreprises britanniques). Il existe également des différences significatives entre les niveaux de diffusion dans les trois pays. En 1991, Roberts réalise également une étude comparative entre plusieurs pays européens sur un échantillon de 110 entreprises européennes notamment allemandes, françaises, néerlandaises, suédoises et suisses. Le chercheur arrive au même constat qu'Ernst et Ernst (1978), à savoir que les pratiques de diffusion des informations sociétales sont en croissante augmentation. Sur l'échantillon total, 68% des entreprises diffusent des informations sociétales. Pour les entreprises publiant des informations sociétales, 39% produisent des informations sur les produits, 30% fournissent des informations en matière de protection de l'environnement, 28% sur les processus de fabrication, 24% fournissent des informations relatives à l'hygiène et à la sécurité et 15% sur leur politique énergétique.

Ces recherches ont permis d'identifier des catégories d'informations sociales et environnementales diffusées par les entreprises et ainsi de comparer les niveaux de diffusion sur chaque catégorie. Ces premières études descriptives ont été par la suite complétées par des études explicatives.

1.2. LES ETUDES EXPLICATIVES

A côté des études purement descriptives, des chercheurs ont essayé d'expliquer la mise en place de pratiques de diffusion d'informations sociétales par les entreprises (Ben Rhouma, 2008). La détermination des facteurs qui encouragent les entreprises à publier des informations sociétales a fait l'objet de plusieurs études[14]. Le point important de ces études réside dans la mobilisation de différents cadres théoriques (théories contractuelles et théories

[14] Cf. « Sous-section 2. Les déterminants de la diffusion des informations sociétales »

socio-organisationnelles). Le développement des cadres théoriques fait l'objet du chapitre suivant[15].

Certaines recherches adoptent une approche contractuelle (Cowen et al., 1987 ; Belkaoui et Karpik, 1989 ; Cormier et al., 2001).

Cowen et al. (1987) proposent de tester les relations existantes entre les caractéristiques individuelles de l'entreprise et le type de divulgation sociétale en se référant à l'hypothèse de la visibilité politique. L'échantillon de l'étude est composé d'entreprises choisies parmi les entreprises du classement Fortune 500 de l'année 1978. Le rapport annuel est le support retenu par les auteurs. Ils étudient au moyen de régressions l'impact de quatre variables indépendantes (taille, secteur, performance économique et comité RSE) sur la quantité de diffusion d'informations sociétales en général et sur différentes catégories (environnement, énergie, pratiques d'affaires loyales, ressources humaines, produits et implication dans la communauté et autres). Les auteurs évoquent le fait que les régulateurs exercent une pression sur les entreprises, ce qui va les inciter à diffuser des informations sociétales. Plus une entreprise est grande et plus elle sera visible et donc incitée à diffuser des informations sociétales. Belkaoui et Karpik (1989), mobilisant la théorie de l'agence, proposent de tester l'hypothèse, qui sera vérifiée, selon laquelle les entreprises dont les coûts de surveillance sont les plus faibles et celles dont la visibilité politique est la plus élevée, ont un niveau de diffusion d'informations sociétales plus élevé que les autres. Le modèle explicatif est testé par les auteurs sur un échantillon de 23 entreprises opérant dans des secteurs différents pour une année. Les résultats obtenus montrent l'importance de la performance financière, mesurée par l'effet de levier, et de la visibilité politique, mesurée par la taille et le risque systémique, dans la décision des entreprises de diffuser des informations sociétales. Cormier et al. (2001) ont étudié les déterminants de la diffusion environnementale dans un contexte international (Allemagne, France, Canada). Les principaux résultats suggèrent que les coûts exclusifs, mesurés par l'endettement et la profitabilité, ainsi que les coûts de l'information, mesurés par le risque, le lien au marché des capitaux, le volume d'échange et la structure de propriété, sont des facteurs explicatifs significatifs de la stratégie de diffusion d'informations environnementales en France et, de manière moins significative en Allemagne.

[15] Cf. « Chapitre 3. Présentation d'un double cadre théorique pour étudier la vérification sociétale »

Une autre série d'études propose une approche socio-organisationnelle (théorie des parties prenantes et théorie de la légitimité) pour expliquer la diffusion d'informations sociétales.

La théorie des parties prenantes est mobilisée par de nombreux auteurs (Ullmann, 1985 ; Roberts, 1992 ; Deegan et Rankin, 1997 ; Damak-Ayadi, 2004 ; Cormier et al., 2004). Ullmann (1985) analyse les relations existantes entre la divulgation sociétale, la performance sociale et la performance économique. La théorie des parties prenantes appuie son raisonnement : les informations diffusées sont à la base du dialogue entre l'entreprise et ses diverses parties prenantes. Les résultats de l'étude d'Ullmann (1985) ne sont cependant pas clairs, la complexité de la mesure de la performance sociétale étant un frein à l'analyse. Roberts (1992) teste dans son étude la capacité de la théorie des parties prenantes à expliquer la diffusion d'informations sociétales par les entreprises. L'étude porte sur un échantillon de 80 entreprises pour l'année 1986. En utilisant le modèle d'Ullmann (1985), Roberts (1992) met en évidence une relation entre la stratégie globale de l'entreprise et le niveau de diffusion sur la responsabilité sociale. L'auteur conclut à la capacité de la théorie des parties prenantes à expliquer la diffusion des informations sociétales des entreprises. Deegan et Rankin (1997) souhaitent montrer l'utilité de l'information environnementale dans la prise de décision de divers utilisateurs du rapport annuel. Ils s'intéressent à l'importance qu'accordent les utilisateurs à ce type d'informations comparé à d'autres informations de nature sociétale ou financière. Pour réaliser leur étude, ils mettent en œuvre des questionnaires dont l'objectif est de connaître l'utilisation générale qui est faite du rapport annuel et plus spécifiquement de l'information environnementale contenue dans ces documents. Les personnes interviewées sont les actionnaires, les courtiers, les analystes financiers, les membres de la communauté académique dans le domaine de la comptabilité, les représentants des institutions financières et des syndicats, des groupes de pression environnementaux, des associations professionnelles et des consommateurs. Les résultats montrent que l'information environnementale figurant au sein des rapports annuels est importante pour la prise de décision. S'agissant de l'importance relative des informations environnementales, il apparaît que les utilisateurs place l'information financière au dessus de l'information environnementale. Damak-Ayadi (2004) réalise également une étude mobilisant le cadre théorique des parties prenantes. L'échantillon est composé de 82 entreprises françaises sur l'année 2000 et 2001. Il apparaît que la nature des parties prenantes a une importance significative dans la décision des entreprises de publier des informations sociétales. En effet, lorsque les entreprises considèrent les parties prenantes diffuses, elles communiquent davantage que lorsqu'il s'agit des parties prenantes dites contractuelles. Cormier et al. (2004) analysent également les stratégies de communication

environnementale à travers le prisme de la théorie des parties prenantes. Cette étude porte sur un échantillon de 267 entreprises européennes (allemandes, belges, françaises, et néerlandaises) et 625 entreprises nord-américaines. Les auteurs montrent qu'il existe une relation entre les décisions managériales en matière de divulgation environnementale, d'une part, et les parties prenantes, d'autre part. Ainsi, les attentes des parties prenantes déterminent les décisions managériales de divulguer ou non de l'information environnementale. Réciproquement, ces décisions peuvent affecter les actions des parties prenantes et en particulier celles des analystes financiers.

D'autres études mobilisent la théorie de la légitimité pour expliquer la diffusion sociétale des entreprises (Guthrie et Parker, 1989 ; Patten, 1991 ; Patten, 1992 ; Deegan et Rankin, 1996). Cependant, selon Guthrie et Parker (1989) la théorie de la légitimité ne permet pas d'expliquer les pratiques de diffusion d'informations sociétales. Pour mener à bien leur étude, les deux auteurs ont réalisé une analyse longitudinale sur 100 ans des diffusions d'informations sociétales d'une entreprise australienne du secteur minier et de transformation de l'acier, la Broken Hill Proprietary Company Ltd (BHP). Ils utilisent une méthode historique d'analyse de contenu afin de recenser et analyser les publications sociétales de la BHP au sein de ses rapports. Plus tard, Patten (1991) cherche à savoir si l'étendue de la divulgation sociale des entreprises est en relation avec la pression du public ou des variables de profitabilité. L'auteur étudie les rapports annuels de 156 entreprises américaines appartenant à 8 secteurs industriels, listés dans le Fortune 500. Ils montrant que la diffusion d'informations sociétales est davantage liée à la pression du public qu'à la performance financière de l'entreprise. En 1992, Patten étudie l'impact d'une crise environnementale sur la diffusion d'informations environnementales dans le secteur pétrolier. Pour mesurer les variations de diffusion, une analyse de contenu des rapports annuels 1988 et 1989 de 21 entreprises figurant dans le segment des industries pétrolières du classement Fortune 500 de 1989 est réalisée. Patten (1992) observe une importante augmentation des diffusions environnementales des entreprises du secteur pétrolier. Les entreprises du secteur pétrolier répondent donc à la dégradation de légitimité (marée noire) par une augmentation de la diffusion d'informations environnementales. Deegan et Rankin (1996) étudient l'impact de poursuites engagées par les autorités de protection de l'environnement (EPA) de deux provinces australiennes sur les diffusions environnementales des entreprises poursuivies. Les chercheurs se fondent également sur la théorie de la légitimité pour expliquer tout changement dans les politiques de diffusion des entreprises autour des périodes de poursuite. Il apparaît que les entreprises poursuivies fournissent moins d'informations sur les impacts négatifs de

leurs activités De plus, elles ont tendance à divulguer plus d'informations positives que les entreprises n'ayant pas fait l'objet de poursuites.

Enfin des études récentes utilisent une approche multi-théorique pour étudier la diffusion des informations sociétales (Cormier et al., 2005 ; Ben Rhouma 2008).
En mobilisant les théories de l'agence, de la légitimité et des parties prenantes, Cormier et al. (2005) souhaitent analyser si les entreprises diffusant des informations sociétales répondent à des stimulations économiques, à des pressions publiques ou à des conditions institutionnelles. L'échantillon est composé de 304 entreprises allemandes comprises dans les indices DAX30 et DAX70 sur une période de 1992 à 1998. Les rapports annuels et sociétaux sont les supports d'analyse retenus. Les résultats mettent en évidence que le coût de l'information ainsi que la pression du public sur l'entreprise, appréhendée à travers les médias, sont positivement liés à la divulgation environnementale. De plus, l'étude montre que des phénomènes de mimétisme présents à l'intérieur des secteurs d'activité influence les choix des managers en matière de divulgation environnementale. Les auteurs concluent que la divulgation environnementale est un phénomène qui peut être mieux compris sous un angle multi-théorique.
L'étude de Ben Rhouma (2008) intègre aussi un cadre multi-théorique pour étudier la diffusion d'informations environnementales d'entreprises du SBF 120 sur la période 2001-2003. La première conclusion tend à valider la théorie des coûts de l'information : la divulgation d'informations sociétales résulte d'un compromis avantages/coûts. La théorie de la légitimité est également utilisée par Ben Rhouma (2008) pour expliquer l'accroissement de la diffusion d'informations sociétales des entreprises surexposées aux médias. Enfin, certains mécanismes de gouvernance tels que les caractéristiques de CA sont déterminants dans le niveau de diffusion d'informations sociétales.

Les études présentées précédemment ont montré que le comportement des entreprises dans la diffusion d'informations sociétales est analysé au regard de différents facteurs explicatifs.

2. LES FACTEURS EXPLICATIFS DE LA DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES

La diffusion d'informations sociétales est motivée par des facteurs économiques (2.1) et par des facteurs sociaux (2.2).

2.1. LES FACTEURS EXPLICATIFS ECONOMIQUES

Les facteurs économiques font l'objet de plusieurs recherches expliquant la diffusion d'informations sociétales. Parmi eux, on compte des indicateurs de performance (Cowen et al., 1987 ; Patten, 1991 ; Roberts, 1992 ; Cormier et Magnan, 1996, 1999, 2003). Les résultats sont cependant controversés.

Pour Cowen et al. (1987) et Patten (1991) aucune relation statistiquement significative n'existe entre le niveau de profit des entreprises et le niveau de diffusion d'informations sociétales. Roberts (1992), quant à lui, établit une relation positive entre la performance des entreprises et la diffusion d'informations sociétales. A contrario, Damak-Ayadi (2004) constate que plus l'entreprise est performante, moins elle se préoccupe de publier des rapports sociétaux. Ces résultats sont conformes à ceux de Belkaoui et Karpik (1989). Ces auteurs montrent que plus les entreprises ont un niveau de performance élevé, plus le niveau de diffusion d'informations sociétales est faible. Cormier et Magnan (1996) établissent, quant à eux, une relation positive entre la valeur boursière de l'entreprise et la diffusion d'informations sociétales. Dans le prolongement de cette première étude, Cormier et Magnan (1999) montrent, sur un échantillon d'entreprises canadiennes de 1986-1993, que la décision de diffuser des informations sociétales est notamment déterminée par des coûts d'information et par une situation financière favorable.

Certains auteurs étudient les caractéristiques du capital (catégorie et structure) des entreprises et la diffusion d'informations sociétales (Ullmann, 1985 ; Roberts, 1992). D'autres auteurs montrent une relation positive (Roberts, 1992) ou négative (Belkaoui et Karpik, 1989) entre le niveau d'endettement de l'entreprise et la diffusion d'informations sociétales. De même, Oxibar (2003) analyse l'impact des facteurs d'agence, tels que la dilution du capital et l'endettement sur les pratiques de diffusion d'informations sociétales. Les résultats suggèrent que plus une entreprise est endettée et moins elle diffusera des informations sociétales dans son rapport annuel. Cormier et Magnan (2003) ont montré que plus les coûts d'information et de propriété sont importants, plus les entreprises diffusent des informations sociétales. Ben Rhouma (2008) a également analysé, sur un échantillon d'entreprises françaises, les pratiques de diffusion d'informations sociétales au regard de facteurs économiques tels que l'endettement, la performance boursière ou le risque bêta. Plus récemment, Déjean et Martinez (2009a et b) ont montré, sur un échantillon d'entreprises appartenant au SBF120, que le niveau d'endettement des entreprises ainsi que le nombre d'analystes financiers suivant le titre étaient des déterminants de la communication environnementale.

2.2. LES FACTEURS EXPLICATIFS SOCIO-ORGANISATIONNELS

Au regard des facteurs socio-organisationnels, les caractéristiques de l'entreprise et le contexte général peuvent être appréhendés comme des déterminants de la décision de diffuser des informations sociétales.

S'agissant des caractéristiques de l'entreprise, une relation significativement positive entre la taille de l'entreprise et le niveau de diffusion d'informations sociétales a été mise en évidence par certains chercheurs (Cowen et al., 1987 ; Belkaoui et Karpik, 1989 ; Patten, 1991 ; Oxibar, 2003 ; Damak-Ayadi, 2004 ; Ben Rhouma, 2004 ; Déjean et Martinez 2009a et b). Patten (1991, 1992) démontre que la taille de l'entreprise, représentative des pressions exercées par le public, influence le niveau de diffusion d'informations sociétales. Plus récemment, Ben Rhouma (2008) a montré que plus une entreprise est de grande taille (proxy de sa visibilité politique) et plus elle aura tendance à communiquer des informations de nature environnementale afin de répondre aux différentes pressions exercées sur elle. Cormier et Magnan (1999, 2003) trouvent également une relation significative entre la taille de l'entreprise et la diffusion d'informations environnementales. Les auteurs considèrent que la visibilité politique ou environnementale rend l'entreprise plus soucieuse de son image environnementale.

Dans de nombreuses études, le secteur d'activité de l'entreprise est un facteur affectant le niveau de diffusion d'informations sociétales (Wiseman, 1982 ; Patten, 1991 ; Roberts, 1992 ; Deegan et Gordon, 1996 ; Cormier et Magnan, 1999 ; Damak-Ayadi, 2004 ; Ben Rhouma, 2008). Selon Deegan et Gordon (1996), l'appartenance des entreprises à des secteurs d'activité sensibles les incite à justifier leur comportement responsable afin de donner une meilleure image associée au secteur concerné. Les auteurs montrent le lien significatif et positif entre l'appartenance à ces secteurs sensibles (industries minières, industrie de matériaux de construction, industries chimiques et industries du bois) et le niveau de diffusion d'informations. De même, Wiseman (1982) ainsi que Cormier et Magnan (1999) démontrent que le niveau d'information est influencé par l'appartenance des entreprises à des secteurs d'activité sensibles au niveau environnemental. Les résultats de l'étude de Ben Rhouma (2008) confirment ceux des études antérieures sur le fait que l'appartenance d'une entreprise à un secteur sensible l'incite à diffuser plus d'informations environnementales que les autres, ceci afin de rassurer ses parties prenantes sur les mesures mises en place pour limiter les effets nuisibles de ses activités.

Des facteurs contextuels tels que le contexte culturel (Adams et Kuasirikun, 2000 ; Buhr et Freedman, 2001) ou la pression exercée par les parties prenantes (Patten, 1991 ; Deegan et Gordon, 1996 ; Pellé-Culpin 1998 ; Damak-Ayadi, 2004), sont utilisés pour expliquer la diffusion d'informations sociétales.

C'est ainsi qu'Adams et Kuasirikun (2000) examinent l'influence de facteurs contextuels sur la diversité des publications d'informations concernant les problématiques d'éthique. Pour réaliser cette étude comparative, les auteurs ont analysé les rapports annuels d'entreprises allemandes et britanniques de 1985 à 1995. Les mesures des règlements exigeant le respect de l'éthique sont notamment un facteur explicatif de la diversité dans les rapports des deux pays. De même, Buhr et Freedman (2001) ont réalisé une étude comparative entre les rapports annuels et environnementaux d'entreprises canadiennes et états-uniennes entre 1988 et 1994. Malgré une communication initiale plus importante pour les entreprises états-uniennes, les résultats suggèrent, qu'au cours du temps, la communication produite par les entreprises canadiennes s'est accrue de façon plus spectaculaire. Ces résultats sont expliqués par le fait que l'infrastructure institutionnelle et la culture canadienne incitent davantage à la production d'informations environnementales que celles de leurs homologues des États-Unis. De plus, il semblerait que la nature collectiviste ou solidaire de la société canadienne ait entraîné, au cours des dernières années, la production d'un niveau plus élevé d'information environnementale volontaire, en particulier dans les rapports annuels.

Plusieurs chercheurs se sont intéressés à l'importance des pressions exercées par des parties prenantes sur le niveau de diffusion d'informations sociétales. Patten (1991) a montré, sur un échantillon de 128 entreprises pour l'année 1985, la relation entre les pressions exercées par le public et la divulgation d'informations sociales. Deegan et Gordon (1996) se sont intéressés à la pression exercée par les lobbies et analysent les divulgations environnementales des entreprises australiennes à la lumière des règlements, lois et normes qui déterminent la légalité de leurs activités. Pellé-Culpin (1998) a étudié les pressions des parties prenantes comme déterminants de la diffusion d'informations environnementales dans 36 entreprises européennes (allemandes, britanniques et françaises). Les résultats indiquent une perception faible de la demande des actionnaires en matière d'informations environnementales. En revanche, les partenaires éthiques manifestent une demande plus grande, mais ne sont pas les cibles privilégiées par les entreprises. Ainsi, la perception des pressions des parties prenantes peut être différente selon la nature de celles-ci, et les réponses qui y sont apportées sont également différentes en fonction du pays et du secteur d'activité. Plus récemment, Damak-

Ayadi (2004) a également montré que l'intérêt porté aux différentes parties prenantes est un facteur important dans la publication des rapports sociétaux des entreprises françaises.

La personnalité du dirigeant (Bowman et Haire, 1976 ; Trotman et Bradley, 1981) et l'existence d'une structure spécialisée dans le DD/RSE (Cowen et al., 1978 ; Roberts, 1992 ; Pellé-Culpin, 1998 ; Decock-Good, 2000 ; Giordano-Spring, 2008) sont des facteurs internes à l'entreprise pouvant influer sur le niveau de diffusion des informations sociétales. Bowman et Haire (1975) utilisent l'horizon de décision des dirigeants et le style de management comme facteurs influençant la diffusion d'informations sociétales. Selon les deux chercheurs, les dirigeants qui font preuve d'une capacité d'adaptation dans un environnement dynamique et multidimensionnel peuvent faire face aux demandes sociales par le recours à divers programmes destinés à répondre à ces demandes. Ces dirigeants diffusent des informations sur ces programmes et montrent qu'ils sont conscients du type de décisions stratégiques à prendre pour assurer la survie de l'entreprise dans cet environnement. Dans la même lignée, Trotman et Bradley (1981) étudient le lien entre l'horizon de prise de décision des dirigeants et la diffusion d'informations sociétales. Les résultats montrent que les entreprises, dont les dirigeants ont un horizon à long terme pour leur prise de décision, seront plus enclines à publier des informations concernant l'exercice de leur responsabilité sociétale que les autres.

La mise en place dans les entreprises d'une structure spécialisée dans les questions sociétales a également été étudiée par plusieurs auteurs. Cowen et al. (1978) sont les premiers à introduire cette variable comme déterminant du niveau de diffusion d'informations sociétales. Les auteurs testent le lien entre la présence d'un comité RSE et le niveau de divulgation d'informations sociétales. Une association entre la présence d'un tel comité et le niveau de diffusion ayant trait aux ressources humaines est constatée par les auteurs. De même, Decock-Good (2000) met en évidence, pour un échantillon de 77 entreprises françaises sur quatre années, l'influence d'une structure spécialisée dans les questions de mécénat sur l'engagement des entreprises dans ce domaine.

3. LES LIMITES DES ETUDES SUR LA DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES

Les études portant sur la diffusion d'informations sociétales sont nombreuses et des critiques peuvent être formulées. Des limites d'ordre méthodologiques (3.1) et relatives aux données publiées par les entreprises (3.2) sont formulées à l'encontre de ces études académiques.

3.1. LES LIMITES METHODOLOGIQUES

La première limite est d'ordre méthodologique et concerne certaines variables utilisées qui sont difficilement mesurables, chiffrables et quantifiables (Essid, 2009). Tel est le cas de la performance sociétale.

En effet, alors que la performance financière repose sur des agrégats quantifiables et mesurables, la performance sociétale repose sur une évaluation plus subjective. Selon Allouche et Laroche (2005), « *le principal problème est celui d'une mesure robuste de la performance sociale* » (p.22). Pour analyser les interactions entre la performance sociétale et la performance financière, il faut mesurer ces performances de façon à refléter la réalité. Selon Allouche et Laroche (2005), il ressort des recherches empiriques effectuées sur les interactions entre performance sociétale et performance financière, que les mesures de la performance sociétale ne sont pas identiques d'une étude à l'autre. Cette hétérogénéité des mesures rend difficile la comparaison entre études empiriques.

Pour la performance sociétale, certaines études utilisent des critères de mesure de responsabilité sociétale de l'entreprise provenant d'organismes de mesure et d'évaluation spécialisés (par exemple l'agence KLD aux Etats-Unis), d'autres d'analyses de rapports annuels et enfin certaines utilisent des indices de réputation (indicateur du magazine Fortune) ou des indices de pollution (Toxic Release Inventory TRI).
Allouche et Laroche (2005a) recensent sur 93 études empiriques, 25 utilisant les données produites par des organismes spécialisés, 21 des indices de réputation, 20 des mesures perceptuelles de la RSE, 16 des analyses de rapports annuels et 11 des indices de pollution. Par exemple, Waddock et Graves (1997) utilisent les mesures produites par l'agence Kinder, Lydenberg, Domini (KLD). D'autres recherches, comme celles de Mc Guire et al. (1988, 1990) et d'O'Bannon et Preston (1993), se fondent sur des indices de réputation du magazine Fortune.

Igalens et Gond (2003) ont formalisé les différentes mesures de la performance sociétale utilisées dans les études empiriques en décrivant les limites et les caractéristiques de ces mesures :

- Les mesures résultant du contenu des rapports annuels produits par l'entreprise sont facilement manipulables.

- Les indicateurs de pollution produits par des organismes externes à l'entreprise sont des mesures objectives qui ne concernent que certaines entreprises.
- Les indicateurs de réputation sont une mesure globale qui peut être ambiguë.
- Les données produites par des organismes de mesure dépendent de l'organisme qui les produit et de la façon dont l'organisme travaille.
- Les mesures perceptuelles recueillies par questionnaire peuvent être manipulables.

Le tableau suivant recense les limites attribuées aux mesures de la performance sociétale.

Tableau 4 : Les limites des mesures de la performance sociétale

Mesures	Limites	Mode de production	Etudes : 93
Rapports annuels : Discours	-Mesure subjective facilement manipulable -mesure symbolique plus que substantive	Par l'entreprise	18
Indicateurs de réputation	-mesure globale qui peut être ambiguë et confusion sur la notion de réputation -effet de halo	Par un organisme externe à l'entreprise	21
Indicateurs de pollution	-mesure qui ne s'applique qu'à certaines entreprises -ne concerne que l'aspect environnemental	Par un organisme externe à l'entreprise	11
Attitudes et valeurs envers la RSE	-possibilité de manipulation liée au mode d'administration -mesures qui reflètent les perceptions des acteurs	Par le chercheur qui les recueille directement par questionnaire auprès de l'entreprise	28
Audit social, comportement des entreprises, résultats et processus	-dépend du mode de travail des agences -effet de halo	Par un organisme externe à l'entreprise	15

Source : Construit d'après Igalens et Gond (2003) et Allouche et Laroche (2005a).

Ainsi certaines mesures ne se focalisent que sur une partie de la performance sociétale comme les indices de pollution, d'autres sont extrêmement subjectives et enfin d'autres peuvent être biaisées du fait de leur production par l'entreprise elle-même (Igalens et Gond 2003).

D'autres variables utilisées dans les études analysant les systèmes de reporting sociétal peuvent faire l'objet de critiques similaires, il s'agit notamment de la mesure des pressions des parties prenantes, de la visibilité médiatique ou encore du degré de diffusion des informations sociétales... Malgré des débats théoriques très riches sur les méthodes d'instrumentalisation, aucun consensus n'a été trouvé et ces travaux et les mesures qui y sont utilisées restent donc critiquables (Essid, 2009).

3.2. LES LIMITES RELATIVES AUX DONNEES PUBLIEES PAR LES ENTREPRISES

Pour étudier les systèmes de reporting sociétal et les liens entre la diffusion d'informations sociétales et des facteurs explicatifs, la plupart des études mobilisent des données diffusées par les entreprises. Il s'agit notamment des rapports annuels (Wiseman, 1982 ; Cowen et al., 1987 ; Patten, 1991 ; Ben Rhouma et Cormier, 2007 ; Zeghal et Dammak, 2007), des rapports de développement durable (Antheaume, 2001 ; Cormier et al., 2004 ; Igalens, 2004a ; Chauvey et Giordano-Spring, 2007 ; Terramorsi et al., 2009) ou encore des informations disponibles sur les sites internet des entreprises (Mitchell et Ho, 1999 ; Oxibar, 2003 ; Jose et Lee, 2007).

Bien que depuis de nombreuses années ces supports de diffusion d'informations soient largement utilisés, et qu'ils constituent de puissants outils de communication externe, les informations qui y sont contenues n'en sont pour autant pas soumises à une obligation de vérification externe. En effet, l'absence d'obligation en matière de vérification d'informations sociétales freine encore certaines entreprises dans la réalisation de ce type de missions de vérification. De plus, l'absence de référentiel encadrant les modalités de mesure et de publication des informations sociétales freine également le passage des entreprises à l'étape de la vérification des informations qu'elles diffusent. Bien que des tentatives de normalisation comme la GRI aient déjà été amorcées depuis quelques années, toutes les entreprises n'y font pas référence.

Ainsi se pose la question de l'authenticité, de la pertinence et de la justesse des données publiées par les entreprises dans ces différents supports (Essid, 2009). La réflexion sur la crédibilité des données publiées par les entreprises amène à remettre en cause les résultats des études antérieures. Comme le fait remarquer Berland (2007), peut-on faire confiance aux données publiées par les entreprises ? La problématique liée à la mise en place d'une vérification des informations sociétales est alors ouverte.

CONCLUSION DU CHAPITRE 1

Le chapitre 1 a permis de présenter le reporting sociétal comme un mécanisme de diffusion d'informations sociales et environnementales. Nous avons tout d'abord présenté les évolutions et définitions du reporting sociétal. Le cadre réglementaire et normatif national et international a ensuite été étudié. La littérature relative à ce champ d'étude a fait l'objet d'un développement dans une dernière section.

La « *comptabilité sociétale* » est définie comme toute forme de comptabilité qui s'étend à des domaines allant au-delà de la comptabilité économique (Gray et al., 2002). Elle concerne l'étude des outils permettant d'évaluer l'impact de l'activité des organisations sur la société et les milieux naturels (Antheaume et Teller, 2001). Ainsi, à l'intérieur de ce champ d'étude, se situe le reporting sociétal qui est considéré comme un des instruments de cette comptabilité, et est appréhendé comme un mécanisme de diffusion d'informations sociétales. Les entreprises diffusent ce type d'informations aux personnes intéressées à travers des supports de communication divers. Il s'agit des rapports annuels pour les informations obligatoires (loi NRE du 15 mai 2001) et des rapports sociétaux ou encore des sites Internet pour les informations volontaires. Malgré les multiples avantages du recours à un système de reporting sociétal, l'évolution croissante de ces pratiques au cours des dernières années a engendré une hétérogénéité et une instabilité de celles-ci (Acquier, 2007). Cela ayant pour conséquence une remise en cause de la qualité de ce reporting (Quairel, 2004).

La diffusion d'informations sociales et environnementales est encadrée par des lois, normes et réglementations nationales ou supranationales. Cependant, à l'échelle internationale, la diffusion par les entreprises de ce type d'informations est généralement d'origine volontaire. Seuls quelques pays comme la France mettent en place un cadre réglementaire, notamment la loi NRE, mais celui-ci reste encore restreint. Malgré de nombreuses initiatives internationales en la matière, les lignes directrices de la GRI semblent aujourd'hui être l'outil de référence en matière de reporting de développement durable et sont sans doute appelées à devenir un standard international.

La littérature académique s'est intéressée à la mise en place de systèmes de reporting sociétal. Au départ descriptives, les études ont évolué pour tenter d'expliquer le comportement des

entreprises dans la décision de diffuser des informations sociétales. Des facteurs notamment économiques, sociaux ou encore contextuels ont ainsi été mobilisés. Cependant, ces études ne sont pas exemptes de limites. La première, concerne la difficulté de mesurer certaines variables comme la performance sociétale. La deuxième, concerne l'authenticité, la pertinence et la justesse des données publiées par les entreprises dans la mesure où ces dernières ne font pas forcément vérifier leurs informations sociétales. Le chapitre suivant vise par conséquent à étudier la vérification sociétale comme un mécanisme permettant de crédibiliser les informations sociétales diffusées par les entreprises.

CHAPITRE 2 - LA VERIFICATION SOCIETALE COMME MECANISME DE CREDIBILISATION DU REPORTING SOCIETAL

CHAPITRE – 2

La vérification sociétale comme mécanisme de crédibilisation du reporting sociétal

Introduction

SECTION 1- LE CADRE CONCEPTUEL DE LA VERIFICATION DES INFORMATIONS SOCIETALES

1. Les origines et approches de la vérification sociétale

2. L'état actuel de la vérification sociétale

SECTION 2 – LE CADRE NORMATIF DE LA VERIFICATION DES INFORMATIONS SOCIETALES

1. Les spécificités de chaque norme utilisable pour la vérification sociétale

2. La complémentarité des normes utilisables pour la vérification sociétale

SECTION 3 – REVUE DE LA LITTERATURE DE LA VERIFICATION DES INFORMATIONS SOCIETALES

1. Un panorama des études sur la vérification sociétale

2. Les limites des études sur la vérification sociétale

Conclusion

INTRODUCTION DU CHAPITRE 2

A la suite de l'accroissement de la publication de rapports de développement durable annexés ou intégrés au rapport de gestion, certaines entreprises ont fait appel à des tiers extérieurs pour vérifier les informations contenues dans ces rapports. « *Ainsi se crée une expertise nouvelle dans un domaine nouveau, la vérification du rapport de développement durable* », (Igalens, 2004a, p. 159). De même dans un contexte international, l'accroissement du reporting sociétal s'est accompagné d'une augmentation des rapports incluant un compte rendu d'assurance réalisé par un tiers (O'Dwyer et Owen, 2005).

La vérification des informations sociétales est présentée comme un déterminant potentiel de la crédibilité du reporting. En effet, la pertinence et la confiance accordée à l'information diffusée étant conditionnées par sa crédibilité, il a été nécessaire d'attester sa fiabilité par le recours à une vérification externe (Rivière-Giordano, 2007a et b). Cependant, pour que la mise en place d'une vérification sociétale garantisse une fiabilité de l'information, il faut que ce processus soit un minimum normalisé. Pour réaliser sa mission, le vérificateur va donc s'appuyer sur des normes qui sont apparues ces dernières années. Il s'agit des lignes directrices de la Global Reporting initiative (GRI), l'Assurance Standard AA1000AS et l'ISAE3000 (International Standard on Assurance Engagement).

Ce chapitre vise à présenter l'objet de la recherche : la vérification des informations sociétales. Il est composé de trois sections. La première section présente le cadre conceptuel de la vérification sociétale (section 1). La seconde section analyse et décrit les différentes normes utilisées dans les pratiques de vérification sociétale (section 2). La troisième section est consacrée à la littérature sur les pratiques de vérification des informations sociétales (section 3).

SECTION 1 – LE CADRE CONCEPTUEL DE LA VERIFICATION DES INFORMATIONS SOCIETALES

La vérification des informations sociétales, analysée comme un processus fondamental pour crédibiliser le reporting sociétal, constitue par là même une réponse à la méfiance des utilisateurs (Capron et Quairel, 2004). Il apparaît alors nécessaire de présenter les origines, approches, objectifs et méthodologies de cette pratique. Ainsi, selon Igalens (2004b, p.14), « *pour le professionnel l'objectif d'un engagement d'assurance est d'évaluer un domaine dont la responsabilité incombe à une tierce partie (ici l'entreprise) au vu de critères appropriés et d'exprimer une conclusion qui fournisse à l'usager de l'avis (celui qui prend connaissance et utilise cette information) un certain niveau d'assurance. Il s'agit d'accroître la qualité de l'information publiée* ».

A la suite de l'étude des approches et méthodologies de la vérification sociétale, des similitudes entre les pratiques d'audit financier et extra-financier apparaissent. Malgré l'absence de monopole légal, en France, les vérificateurs qui réalisent l'essentiel des missions de vérification des informations sociétales dépendent des cabinets d'audit internationaux. Dès lors, l'examen de la vérification sociétale soulève une réflexion sur les analogies entre la vérification des informations sociétales et l'audit financier (Igalens, 2004a ; Rivière-Giordano, 2007a).

Cette section est consacrée à l'étude du cadre conceptuel de la vérification sociétale. Les origines et les différentes approches de la vérification sociétale sont examinées (1). Nous étudions la terminologie et les définitions de cette pratique (1.1) ainsi que ses différentes approches (1.2). L'état actuel de la vérification sociétale est également traité à travers les étapes (2.1) et le contenu (2.2) de la mission de vérification.

1. LES ORIGINES ET APPROCHES DE LA VERIFICATION SOCIETALE

Dans le domaine du reporting sociétal, un ensemble de terminologie a été adopté pour décrire le travail entrepris par une partie extérieure indépendante qui fournit un avis sur les informations sociétales diffusées par les entreprises (Hodge et al., 2007). Cette variété de termes employés et le choix de l'emploi de « vérification » nécessite de se pencher sur les origines de ce terme et sur ses définitions (1.1). Les différentes approches de la vérification sociétale sont également abordées (1.2).

1.1. TERMINOLOGIE ET DEFINITIONS DE LA VERIFICATION

La crédibilité des informations environnementales et sociales est un élément central de la responsabilité et de la gouvernance des entreprises (Cumming, 2001 ; Kaler, 2002). C'est pourquoi, à la suite de l'accroissement de la diffusion d'informations sociétales, les utilisateurs se sont mis à exiger une garantie de ces informations. Ainsi, au début des années 90, les entreprises voulant répondre à cette demande de confiance ont peu à peu introduit une vérification par un tiers extérieur de leurs informations sociétales (Park et Brorson, 2005) et les recherches académiques s'y sont logiquement intéressées. Les terminologies employées varient : outre « vérification », les termes « audit », « assurance », « certification » ou encore « examen » ont tous été utilisés pour désigner des activités similaires. Dés lors, il est intéressant de justifier l'emploi du terme « vérification » (1.1.1), de revenir sur son étymologie et ses différentes définitions (1.1.2).

1.1.1. Le choix de l'emploi du terme « vérification »

Concernant l'examen des informations sociétales, certains auteurs préfèrent parler de « vérification » par un tiers extérieur, plutôt que d'« audit » ou de « certification ».

En effet, selon Power (2005) la notion d'audit est un concept flou et ambigu utilisé dans des contextes différents. L'emploi généralisé de ce terme pourrait laisser supposer une utilisation parfois inappropriée et peu significative du terme « audit » (Power, 2005). Il paraît donc important de préciser le contexte dans lequel nous employons les termes « audit » et « vérification », ce qui nous amène à revenir sur les origines de l'audit financier.

S'agissant des informations financières et comptables, le besoin de vérifier ces informations impliquant un contrôle des comptes a toujours existé. A l'origine, l'audit est une vérification des états financiers des entreprises et ce n'est qu'à partir des années 1970 que le mot « audit » à été généralisé pour désigner divers types de mission de vérification (Mikol, 2003). En effet, la popularisation du terme « audit », en France, s'est faite par les grands cabinets d'audit anglo-saxons arrivés sur le marché français. Le terme « audit » signifiait alors contrôler ou vérifier. Comme le souligne Mikol (2003), cette tâche était autrefois confiée à un « vérificateur des comptes » aujourd'hui dénommé « commissaires aux comptes » ou « contrôleur légal ». A l'arrivée des cabinets anglo-saxons sur le territoire français et à l'apparition d'une stabilisation et d'une réglementation de ces missions, l'utilisation du terme

« vérification » a laissé place au terme « audit ». Ainsi, la « vérification » concerne une mission peu normalisée et peu réglementée, alors que l'« audit » désigne une mission bien stabilisée avec des règles clairement établies. En effet, Rondeau (2003) précise que le terme « audit » se rapporte à une mission effectuée dans un cadre réglegmentaire, comportant des normes et des valeurs qui ont été codifiées et institutionnalisées. Ainsi, s'agissant de l'audit financier, il est aujourd'hui encadré par des normes et des réglementations. « *Toutes ces missions ne s'effectuent pas au hasard de l'inspiration ou du talent de l'auditeur : elles sont toutes codifiées, normalisées… La mission du commissaire aux comptes est décrite dans la loi et dans les normes professionnelles, d'où l'expression de contrôle légal ou d'audit légal…* » (Mikol, 2003, p.4). De plus, il apparaît dans un contexte d'asymétrie d'informations, faisant émerger un besoin de fiabiliser l'information comptable. L'audit, qui est une façon particulière de contrôler, permet d'assouvir ce besoin de fiabilisation (Power, 2005). Même si la notion de fiabilisation de l'information est également présente, le contexte de la vérification sociétale est différent. Elle relève d'une décision managériale discrétionnaire, afférente à une diffusion d'informations également, dans la majorité des cas, volontaire (Rivière-Giordano, 2007a). Ainsi, comme le précisent Hodge et al. (2007) les termes « vérification » ou « assurance » sont mieux adaptés dans ce contexte peu normalisé et non réglementé. Plusieurs auteurs se posent donc la question de la légitimité du vocable « audit » pour ce genre de mission. En effet, les termes « audit » ou « certification » sont souvent réservés aux validations entrant dans le champ de dispositions législatives et réglementaires et/ou concernant des processus de validation bien stabilisés. Pour une utilisation justifiée du terme « audit sociétal », il devrait vérifier un contenu normalisé, selon une procédure d'audit réglementée avec des principes professionnels formellement établis (Rivière-Giordano, 2007b). Ainsi, le manque d'uniformité quant aux procédures de validation rend peu pertinent l'emploi du vocable « audit » pour la réalisation de telles missions. Cependant, on pourrait faire une analogie avec les origines de l'audit financier en se positionnant dans la phase initiale de son développement où les termes « contrôle » ou « vérification » des états financiers étaient alors usités.

Selon un rapport établi par un groupe de travail constitué au sein de l'ORSE (2004), en ce qui concerne la mise en place d'une validation de données sociétales sur une base volontaire, le terme « vérification » est effectivement le plus adéquat pour ce type de mission. Concernant l'utilisation du terme « certification », les conclusions de ce rapport sont unanimes sur la prudence avec laquelle ce qualificatif doit être utilisé. « *Il s'agit, en réalité, beaucoup plus*

d'une simple vérification d'informations données ou d'une validation des processus engagées sans expression d'une opinion sur la pertinence ou la qualité des politiques RSE de leurs clients… « Ceci est exact, nous l'avons vérifié » et « ceci est bien », c'est toute la différence qui sépare l'activité de vérification de celle de notation » (Orse, 2004, p.12). Selon les experts interrogés à l'occasion de ce groupe de travail, la « certification » suppose que l'on dispose d'un référentiel reconnu par tous, ce qui n'est pas encore le cas de telles missions, « *la certification à proprement parler sera probablement un jour une bonne solution mais aujourd'hui, il faut laisser émerger un consensus, et que les entreprises puissent s'approprier la démarche* » (Orse, 2004, p.21).

Pour conclure, dans le cadre de cette thèse, le terme « vérification » est donc préféré aux termes « audit » et « certification ».

1.1.2. L'étymologie et les définitions de la vérification

Le recours à l'étymologie s'avère utile pour bien comprendre ce qui différencie les deux concepts que sont « l'audit » et la « vérification ».

Le vocable « audit » trouve son origine dans le latin *auditus* qui signifie « entendu ». Selon Joras (2000), la définition proposée en 1885 par le Bescherelle définissait l'audition d'un compte comme l'action d'ouïr (déformation d'« audire ») et d'examiner un compte. Le rôle d'écoute et d'audition est alors bien présent. En effet, pour comprendre le rôle de l'écoute, il faut se rappeler que dans les temps anciens les descriptions se faisaient oralement puisque la plupart des personnes ne savaient ni lire ni écrire (Combemale et Igalens, 2005). L' « audit » est défini par le Petit Robert (2000) comme étant *« une procédure de contrôle de la comptabilité et de la gestion (d'une entreprise) et par extension une mission d'examen de la conformité (aux règles de droit, de gestion) d'une opération, d'une activité particulière ou de la situation générale d'une entreprise* » (p.175). Cette définition montre que l'audit est bien encadré par des aspects légaux qui servent de base à la mission.

S'agissant du mot « vérification », son origine vient du latin *verificare et verus* qui signifie « vrai ». La vérification est « *le fait de vérifier, l'opération par laquelle on vérifie* », il s'agit « *d'examiner (une chose) de manière à pouvoir établir si elle est conforme à ce qu'elle doit être* » (Dictionnaire Le Robert, 2000, p.2656). La définition laisse transparaître le caractère générique du terme vérification. L'aspect « respect d'un cadre réglementaire » n'est donc pas

mentionné dans la définition. Ce terme peut donc être employé dans le cas de missions plus générales que celles de l'audit et surtout lors de missions non délimitées par une réglementation.

Malgré l'absence de consensus dans la littérature académique quant à la terminologie employée, plusieurs définitions de la vérification sociétale sont proposées. En 2004 l'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) définit la vérification sociétale comme une mission « …*dans laquelle un praticien exprime une conclusion destinée à augmenter le degré de confiance d'éventuels utilisateurs, autres que la partie responsable, concernant le résultat de l'évaluation ou de la mesure d'un sujet, à l'aune de critères* » (p.150). La définition fournie par l'IAASB est la plus citée dans la littérature. La vérification sociétale est décrite par Igalens (2004a) comme une mission conduisant « …*à un niveau d'assurance qui s'appuie sur des principes spécifiés pour formuler un jugement sur la qualité d'un « dire » émanant d'une entreprise. Elle peut être décrite comme la part de confiance ou de certitude qu'un professionnel indépendant fournit aux parties intéressées par ce dire* ». Plus récemment, Smith (2010) considère que « *l'idée essentielle de la vérification, c'est qu'un examen indépendant de l'information fournie par une partie pour le bénéfice d'une autre, améliore sa crédibilité* » (p.4).

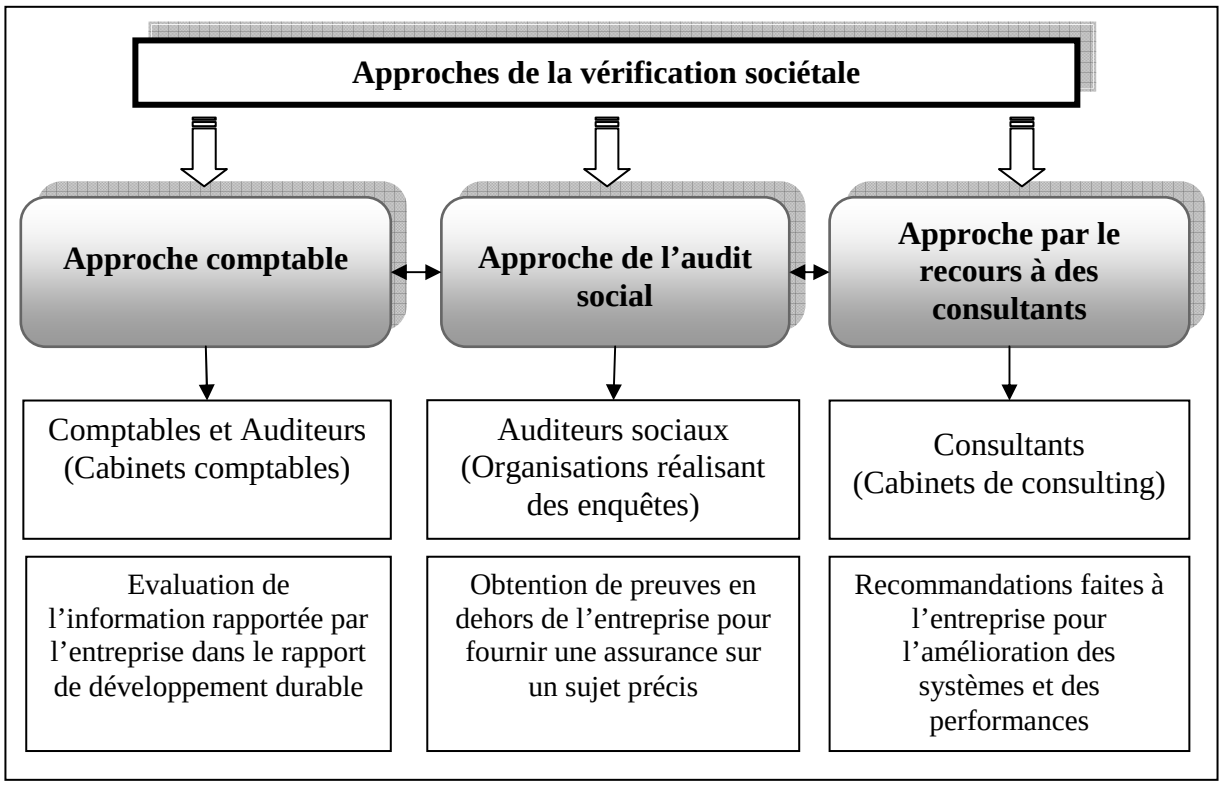
La vérification est décrite comme un mécanisme permettant d'augmenter la confiance des utilisateurs dans l'information diffusée (Zadek et al., 2004 ; Deegan et al., 2006 ; Rivière-Giordano, 2007a). Elle est supposée contribuer à la réduction des risques et à l'assurance de la fiabilité des données (Unhee, 1997). L'objectif de la vérification sociétale est ainsi identifié. Cependant, bien que ces définitions mettent en évidence l'importance des notions de confiance et de fiabilité, elles restent assez générales. Le contenu de la mission n'est pas abordé. Ainsi, la principale limite des définitions proposées réside dans l'absence de précisions sur la mission en elle-même.

1.2 LES APPROCHES GENERALES D'UNE VERIFICATION SOCIETALE

Il existe trois approches de la vérification des informations sociétales décrites par la Fédération des Experts Comptables Européens (FEE, 2002) : l'approche comptable, l'approche de l'audit social et l'approche par le recours à des consultants. Ces différentes approches sont reprises par plusieurs auteurs et notamment Smith (2010) qui consacre un

article au cadre conceptuel de la vérification des informations sociétales. Elles ne sont pas concurrentes mais au contraire leurs méthodologies peuvent être combinées. Les différences entre ces trois approches résultent de leur historique et sont visibles dans la nature du vérificateur et les domaines d'information couverts par le périmètre du rapport. L'approche comptable est essentiellement une évaluation de l'information rapportée par l'entreprise elle-même. L'audit social est, quant à lui, un rapport d'un tiers extérieur, sans intervention de l'entreprise. Enfin, l'approche par le recours aux consultants vient du fait que les entreprises recourent à l'assistance de consultants extérieurs qui étendent leur engagement au reporting (FEE, 2002, p.18). La figure 14 présente ces trois approches.

Figure 14 : Les trois approches générales de la vérification sociétale



L'approche comptable est définie par la FEE (2002) comme « *une méthode de vérification des informations sociétales. Par opposition à l'approche par le recours aux consultants et l'audit social, c'est une évaluation de la propre information diffusée par l'entreprise. Elle est appelée ainsi car elle a été développée par des comptables agissant en tant qu'auditeurs fournissant des rapports qui donnent un niveau élevé d'assurance sur les rapports financiers. C'est une approche structurée, impliquant une évaluation des risques de déclaration inexacte dans le but de concevoir des procédures de vérification appropriées* » (p.63).

En effet, l'approche comptable est développée par des auditeurs et professionnels comptables fournissant des rapports ou avis qui donnent un certain niveau d'assurance sur les informations diffusées. Cette approche prend largement modèle sur le reporting financier. L'entreprise fournit au vérificateur le rapport de développement durable qu'elle a préparé et qui sera ensuite rendu public. Pour réaliser sa mission, le vérificateur va utiliser des procédures appropriées pour réunir des preuves avant de fournir un rapport proclamant l'assurance donnée. Dans cette approche, les vérificateurs se réfèrent à des guides et des normes professionnelles comme l'ISAE3000. En effet, l'approche comptable opère habituellement là où il existe des règles définissant l'objet et la mission de vérification. Dans cette approche, le vérificateur est volontairement mandaté par l'entreprise pour réaliser la mission de vérification des informations sociétales diffusées de façon volontaire dans son rapport de développement durable.
Cependant, le contexte français est particulier. La loi NRE (2001) qui fixe l'obligation pour les entreprises françaises de publier des informations sociétales dans leur rapport de gestion a également introduit l'obligation pour les commissaires aux comptes de l'entreprise de vérifier ces informations considérées comme obligatoires. Il s'agit alors d'une mission entrant dans le cadre de l'audit légal. En effet, comme le précise Igalens (2004a), la place même de ces informations dans le rapport de gestion oblige le commissaire aux comptes à en prendre connaissance, puisqu'il se prononce sur ce document.

L'approche de type audit social prend sa source dans l'étude du reporting de la performance d'une entreprise par des auditeurs sociaux externes (Medawar, 1976 ; Geddes, 1992). Le terme social a été utilisé pour recouvrir une multitude d'aspects du reporting d'une entreprise et il peut, dans son sens le plus large, inclure des aspects environnementaux et économiques. Les auditeurs sociaux peuvent être des organisations réalisant des enquêtes sur des entreprises dans un secteur particulier. Dans cette approche, l'audit se fait sans la coopération de l'entreprise. L'entreprise ne fournit pas de rapport, le seul document public est celui de l'auditeur social. Cette approche repose sur l'obtention de preuves en dehors de l'entreprise, par exemple de la part de parties prenantes et de tiers. La plupart du temps pour être plus crédible, le vérificateur se focalise sur des sujets très précis, ce qui fait que l'extension de l'audit social à l'ensemble d'un rapport de développement durable est impossible. Un développement de l'audit social peut exister. Il s'agit du cas où l'entreprise collabore avec l'auditeur social, ce qui aboutit à un rapport commun, ou à un rapport dans lequel l'entreprise donne des informations et l'auditeur les commente. Dans ce cas, l'auditeur social donne son

avis sur le reporting, mais fait aussi des commentaires indépendants dans et sur le rapport publié.

La troisième approche est celle du recours à des consultants. Elle a vu le jour à la suite de l'utilisation par les entreprises de consultants pour améliorer leurs systèmes de reporting et leur performance dans les domaines sociaux et environnementaux. Ainsi, le recours à de tels organismes a pour objectif soit d'améliorer la performance de l'entreprise en matière de développement durable, soit d'accroître la diffusion et la fiabilité de l'information sociétale. Les missions réalisées par ces consultants sont centrées sur une discipline en particulier, du fait de la non multidisciplinarité des équipes. Ainsi, l'extension de cette mission à l'ensemble du rapport de développement durable paraît difficile. Les consultants réalisant ce type de mission vont publier un rapport pouvant expliquer l'implication du consultant, contenir les recommandations qui ont été faites à l'entreprise ainsi que sa réponse. De plus, ce rapport peut également contenir, comme dans l'approche comptable, une opinion sur des déclarations de l'entreprise. Dans cette approche, le problème d'indépendance du vérificateur est présent puisque celui-ci entretient une relation de travail très proche avec l'entreprise. Cependant, les méthodes utilisées lors de la mission sont similaires à celles de l'approche comptable.

Les trois approches identifiées par la FEE (2002) et présentées ci-dessus sont toutes importantes pour l'examen et la fiabilité du reporting sociétal et ne sont en aucun cas antagonistes. Ces trois approches principales peuvent être combinées avec d'autres approches telles que les évaluations par les agences de notation sociétale ou les déclarations faites par des parties prenantes. Ce point a en effet été mis en exergue suite à l'examen des rapports de développement durable. A titre d'exemple, le rapport de développement durable de l'entreprise L'Oréal (Rapport développement durable, 2007) fait référence à une mission de vérification sociétale réalisée via l'approche comptable. Le rapport de développement durable contient ainsi l'avis du commissaire aux comptes (Annexe 4 : Rapport des commissaires aux comptes sur les processus d'établissement des informations sociétales publiées dans le rapport DD de l'entreprise L'Oréal). En plus de cette mission de vérification, le cabinet de consulting Environmental Resources Management (ERM) a été sollicité par L'Oréal pour vérifier les données spécifiques relatives à la Sécurité, l'Hygiène et l'Environnement (SHE) (Annexe 5 : Déclaration de vérification effectuée par le cabinet ERM pour les informations SHE de l'entreprise L'Oréal). Ainsi, l'entreprise L'Oréal combine plusieurs approches de vérification sociétale.

Toutes ces approches permettent de mieux cerner les contours des missions de vérification sociétale. Il existe cependant des confusions entre les trois approches. Cela vient du fait que les cabinets comptables, qui désormais emploient des professionnels dans les domaines environnementaux et sociaux, peuvent aussi fournir des engagements d'assurance en employant l'approche des consultants ou peuvent également effectuer des audits sociaux (FEE, 2002).

La présente recherche se focalise sur l'approche comptable. Après avoir envisagé les approches générales des missions de vérification sociétale, nous étudions la démarche employée pour mettre en place ce type de pratique et le contenu de la mission de vérification.

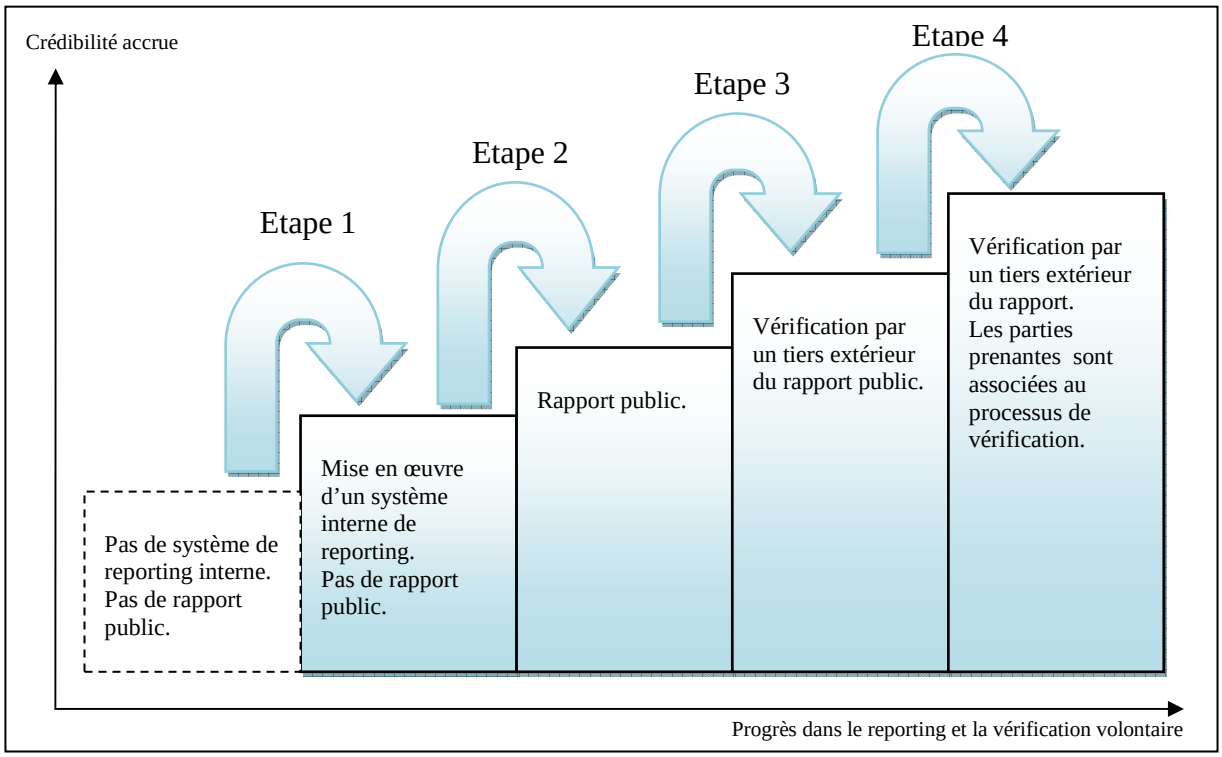
2. L'ETAT ACTUEL DE LA VERIFICATION SOCIETALE

Dans le contexte français, la majorité des entreprises mettant en place une vérification de leurs informations sociétales, ont recours à un commissaire aux comptes pour réaliser cette mission. Ainsi, il apparaît légitime de se questionner sur les analogies méthodologiques entre les missions d'audit financier et les missions de vérification sociétale. Dès lors, il convient de s'interroger sur les étapes conduisant aux missions de vérification sociétale (2.1) puis d'étudier le contenu de cette mission (2.2).

2.1. LES ETAPES VERS LA MISSION DE VERIFICATION SOCIETALE

Comme le montre l'étude d'Antheaume (2003), la vérification sociétale est insérée dans une démarche plus large de diffusion sociétale. Ainsi, avant l'introduction d'une mission de vérification des informations sociétales, un certain nombre de mesures sont prises par l'entreprise. La vérification sociétale est donc précédée de plusieurs étapes indispensables à sa réalisation (Park et Brorson, 2005). La figure suivante présente les quatre étapes vers une mission de vérification sociétale.

Figure 15 : Les étapes vers une vérification par un tiers extérieur des informations sociétales



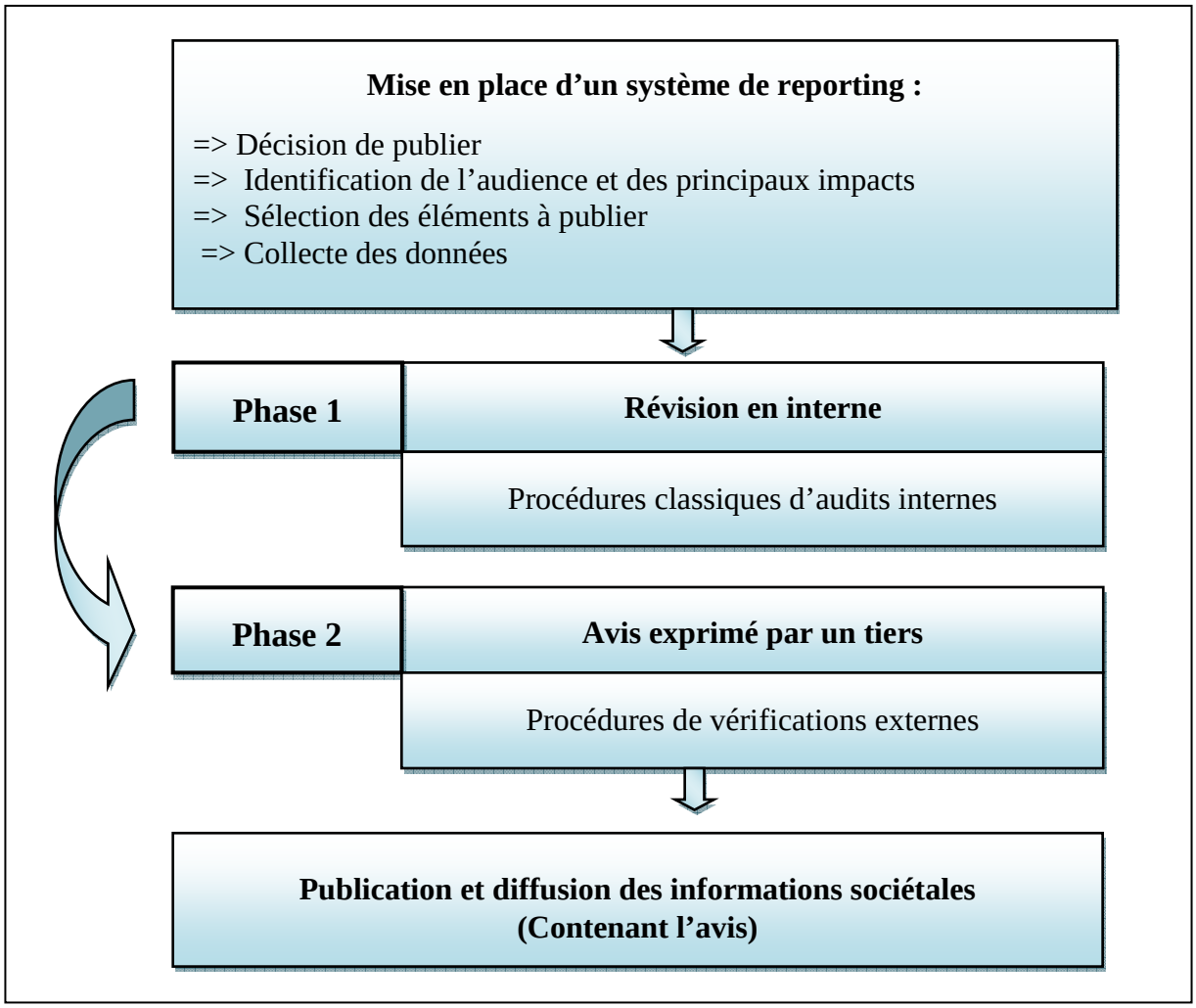
Source : Park et Brorson (2005, p.1097).

La première étape est la mise en place d'un système de reporting interne. Cette étape est essentielle pour s'assurer que l'organisation gère correctement ses questions sociales et environnementales. Cependant, l'introduction d'un système de reporting interne pour la collecte et l'analyse des données sociétales est une tâche exigeante. La deuxième étape consiste à produire et publier un rapport public. Cette étape demande aux entreprises davantage d'argent et de ressources. La plupart des entreprises s'arrêtent à la deuxième étape. Il semble que ce soit une décision difficile pour les entreprises de franchir la troisième étape en procédant à une vérification des informations diffusées. Il peut même y avoir une quatrième étape dans laquelle les parties prenantes sont activement impliquées (Park et Brorson, 2005).

Les étapes décrites par Park et Brorson (2005) et l'étude de l'Ordre des Expert Comptables (2008) menée sur le contrôle de l'information environnementale ont permis de synthétiser le processus de vérification en deux phases majeures : une phase interne et une phase externe (Ordre des Experts Comptables, 2008). Ainsi, tout comme pour l'audit financier, la vérification constitue, en interne, un facteur d'amélioration de l'information, et en externe, un

facteur d'évaluation et de jugement d'une responsabilité déléguée. La figure 16 ci-dessous présente une synthèse de ce processus.

Figure 16 : Le processus de vérification sociétale



Après avoir mis en place un système de reporting interne, les entreprises entrent dans une phase de contrôle. La première étape consiste à faire contrôler en interne les informations sociétales. Cette révision peut prendre la forme d'audits internes structurés et/ou peut consister en une relecture des versions du rapport de développement durable. Les objectifs de cette étape sont de faciliter l'étendue de l'engagement des organes dirigeants de l'entreprise et également de faciliter la tâche des vérificateurs externes (Ordre des Experts Comptables, 2008).

La seconde étape est donc la réalisation de la vérification externe par un tiers extérieur et indépendant. Cette étape aboutit à l'expression d'un avis qui est contenu dans le rapport de développement durable. Elle marque la volonté de l'entreprise d'apporter une démarche

garantissant la qualité de l'information (Ordre des Experts Comptables, 2008). Après avoir réalisé la vérification externe, l'avis émis par le vérificateur est inséré dans le rapport public qui est ensuite publié.

La présente recherche se focalise sur l'étape de la vérification externe. Dès lors, il convient de présenter le contenu de cette mission de vérification externe.

2.2. LE CONTENU DE LA MISSION DE VERIFICATION SOCIETALE

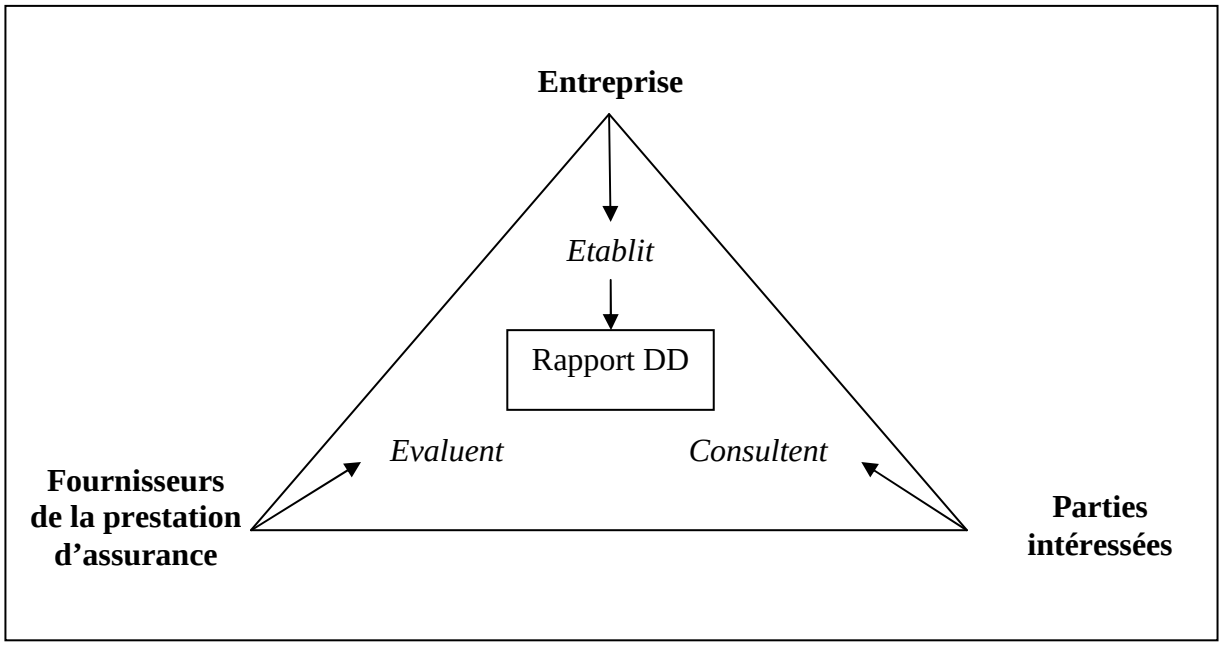
L'examen de la mission de vérification sociétale met en évidence l'emprunt de techniques et procédures d'audit financier à la vérification de l'information extra-financière (De Moor et De Beelde, 2005). La mission de vérification comporte ainsi plusieurs étapes.

L'étape préliminaire à toute mission de vérification est relative aux choix du vérificateur par l'entreprise et à l'acceptation de la mission par celui-ci. Bien qu'en France cette mission soit, dans la quasi-totalité des cas, réalisée par des prestataires appartenant aux grands cabinets d'audit internationaux (Deloitte, 2007), d'autres vérificateurs peuvent également réaliser cette mission. Il s'agit notamment des organismes de certification, des consultants spécialisés tels que le bureau Véritas ou encore d'autres prestataires tels que des universitaires (Deegan et al., 2006 ; CorporateRegister, 2008 ; Smith, 2010). L'étude de CorporateRegister (2008) confirme, dans un contexte international, la dominance des cabinets d'audit internationaux pour réaliser ces missions (41%), viennent ensuite les consultants (33%), puis les cabinets de certification (13%) et les autres types de vérificateurs (13%).

Lorsque le vérificateur choisi est un commissaire aux comptes, la mission ayant un caractère conventionnel, celui-ci est libre d'accepter ou de refuser cette mission. Dans le cas où ce dernier accepte la mission, il doit respecter les principes fondamentaux de comportement et les règles générales définis dans le Code de déontologie professionnelle. Il doit mettre en œuvre un processus de vérification conforme au cadre conceptuel des mission d'assurance de l'IAASB et notamment la norme ISAE3000 (Rivière-Giordano, 2007a). Ainsi, les trois parties concernées par la mission de vérification sont : l'entreprise, le fournisseur de la prestation d'assurance ainsi que les parties intéressées par cette vérification (Igalens, 2004a). « *L'objectif de la mission de vérification consiste pour le prestataire à évaluer un sujet (une performance, des objectifs, des informations) qui est sous la responsabilité d'une autre*

partie » (Igalens, 2004a, p.154). La figure suivante présente, sous forme de triangle, la relation entre les parties concernées par la mission de vérification sociétale.

Figure 17 : Les parties de la mission de vérification sociétale



Source : Igalens (2004a, p.154).

Ensuite, le processus de vérification débute par une planification de la mission. Lors de la première rencontre entre la direction de l'entreprise et l'équipe d'audit, les objectifs et le périmètre de la mission sont déterminés (Humphrey et al., 2000). L'étendue des travaux ainsi que le niveau d'attestation sont alors définis entre l'entreprise et le commissaire aux comptes lors de cette phase. La mission de vérification peut être une vérification sur les processus d'établissement des informations sociétales, sur les données du rapport de développement durable ou, à la fois, sur les processus et les données sociétales.

En France, la Compagnie des Commissaires aux Comptes (2003) a rédigé un avis technique sur « *l'intervention conventionnelle d'expression d'assurance sur le rapport de développement durable* », dans lequel trois niveaux de vérification sont identifiés. Ces trois niveaux d'assurance sont : un niveau d'assurance raisonnable, un niveau d'assurance modérée et un niveau d'assurance faible (Capron et Quairel, 2004 ; Rivière-Giordano, 2007a). La norme ISAE3000 a également identifié des niveaux d'assurance pour la réalisation de telles missions (cf. section 2). Le tableau suivant présente les trois niveaux d'assurance fournis par la Compagnie des Commissaires aux Comptes.

Tableau 5 : Les niveaux d'assurance de la vérification sociétale

Compagnie des commissaires aux comptes, avis technique sur « l'intervention conventionnelle d'expression d'assurance sur le rapport de développement durable », mai 2003 :

Trois niveaux d'assurance sont envisagés selon l'étendue des vérifications et le pourcentage d'erreurs acceptable par rapport au référentiel :

- Niveau d'assurance faible ne portant que sur le respect des procédures et du référentiel ; l'audit se base sur un référentiel interne (code de conduite, manuel de procédures internes) ou externe (GRI, loi NRE…).

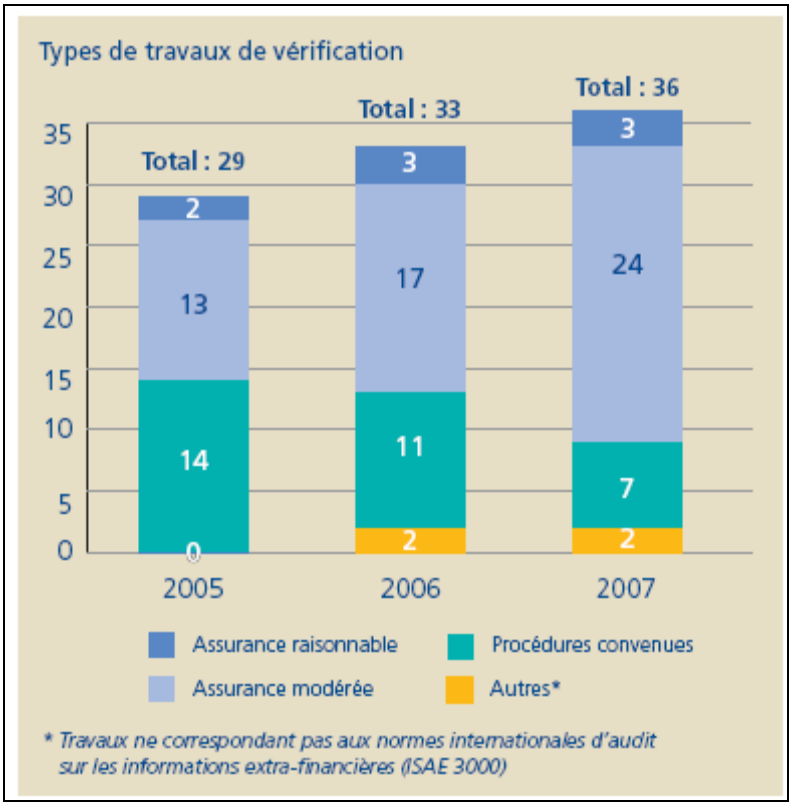
- Niveau d'assurance modérée : la fiabilité par rapport au référentiel est assurée avec un pourcentage d'incertitude autorisé de 20 à 25 % près sur le périmètre audité (ici le périmètre audité est compris entre 10 à 50% du périmètre de reporting total) ; l'assurance modérée est une première étape indispensable vers l'assurance raisonnable.

- Niveau d'assurance raisonnable : le périmètre de vérification est plus large (ici le périmètre audité est de plus de 50% du périmètre total) et la fiabilité est assurée avec un pourcentage d'incertitude autorisé de 5 % près.

Source : Capron et Quairel (2004, p.217) ; Rivière-Giordano (2007a, p.161).

Concernant les deux niveaux les plus élevés, le vérificateur se focalise sur la vérification d'indicateurs sociétaux, appréhendés au regard d'un référentiel approprié. La différence entre ces deux niveaux provient de l'étendue et de la nature des travaux. Ces deux niveaux diffèrent notamment sur le périmètre de reporting vérifié. Pour le niveau modéré, le périmètre vérifié est de 10 à 50%, alors que pour le niveau supérieur, le niveau de reporting vérifié est de plus de 50%. L'attestation d'assurance raisonnable est également caractérisée par un pourcentage d'incertitude autorisé de 5%, c'est-à-dire que les données doivent être validées à hauteur de 95%. Pour l'attestation d'assurance modérée, le risque acceptable est de 20% à 25%, de délivrer une conclusion incorrecte. Concernant le niveau de vérification faible, il ne concerne que l'examen du respect des procédures et constitue une étape préliminaire aux niveaux plus élevés permettant d'attester la fiabilité des indicateurs diffusés. Il est intéressant de se questionner sur l'utilisation des différents niveaux de vérification dans les entreprises françaises. L'étude menée par Deloitte sur les exercices 2004, 2005 et 2006 met en évidence les types de travaux de vérification dans les entreprises du SBF120. La figure 18 présente les résultats de cette étude.

Figure 18 : Les types de travaux de vérification dans les entreprises du SBF 120



Source : Deloitte (2007, p.2).

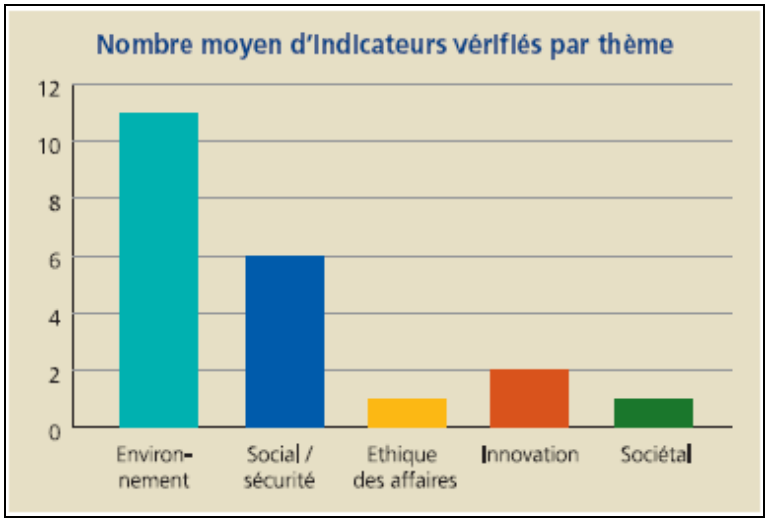
Quelques soient les années, le niveau d'assurance raisonnable est le niveau le moins utilisé. En 2005, seulement deux entreprises ont fait vérifier leurs informations avec un niveau d'assurance raisonnable et trois entreprises en 2006 et 2007. Cependant, l'utilisation du niveau intermédiaire (assurance modérée) s'est accrue au cours des trois exercices. Alors que seulement treize entreprises faisaient vérifier leurs informations selon un niveau d'assurance modéré en 2005, vingt quatre entreprises ont utilisé ce niveau en 2007. Ainsi, l'utilisation de niveaux d'assurance élevés illustre l'amélioration de la fiabilité des indicateurs de développement durable publiés par les entreprises. Cette amélioration est due à la formalisation et au renforcement des systèmes de reporting et de contrôle interne mis en œuvre par les entreprises.

Après avoir déterminé le niveau utilisé, le vérificateur va ensuite identifier et collecter les éléments probants justifiant le bien-fondé des informations diffusées par l'entreprise (Rivière-Giordano, 2007b). Le vérificateur va apprécier les procédures de reporting des informations sociétales des différentes entités du groupe au regard du référentiel applicable par l'entreprise (loi NRE, lignes directrices de la GRI, des référentiels internes…). Lorsque cela est défini dans la mission, il va également apprécier la cohérence et la réalité des données sociétales au

regard de l'organisation mise en place, des procédures existantes, des documents disponibles et des outils de reporting dédiés.

S'agissant du type d'informations vérifiées, l'étude de Deloitte (2007) décrit le nombre moyen d'indicateurs vérifiés par thème. La figure 19 présente les résultats.

Figure 19 : Les indicateurs vérifiés lors de la vérification sociétale



Source : Deloitte (2007, p.2).

Les indicateurs de développement durable vérifiés portent principalement sur les aspects environnementaux (11 indicateurs vérifiés en moyenne) et les aspects liés aux ressources humaines et à la sécurité (6 indicateurs vérifiés en moyenne). D'autres types d'indicateurs font également l'objet de travaux de vérification, il s'agit notamment des indicateurs portant sur l'éthique des affaires et la gouvernance (le nombre de collaborateurs chargés de déontologie…), sur la capacité d'innovation de l'entreprise (nombre de brevets déposés…) et enfin sur la dimension sociétale (montant dédié aux associations caritatives…).

Pour mener à bien sa mission, le vérificateur recourt à différentes techniques de collecte et d'analyse des informations. En effet, le processus de vérification sociétale repose sur une méthodologie qui s'appuie sur des connaissances et des compétences spécialisées pour identifier des preuves, réaliser des contrôles et évaluer des méthodes de travail telles que le reporting, dans le but de justifier pleinement l'avis conclusif (Igalens, 2004b).

S'agissant des techniques de vérification utilisées pour réaliser la mission, Wallage (2000, p.61) précise qu'il s'agit de techniques empruntées à l'audit financier traditionnel.

Le vérificateur peut procéder à des entretiens avec les personnes concernées par l'application des processus d'établissement des informations sociétales (exemple : le correspondant en charge du reporting environnemental) et avec les personnes concernées par la production de données proprement dites (exemple : pour les informations relatives à la thématique « égalité professionnelle » entretien avec le responsable diversité). La mise en œuvre de procédures analytiques et la réalisation de tests de détail sur la base de sondages consistant à vérifier les calculs et à rapprocher les données avec les pièces justificatives, permettent au vérificateur de réaliser sa mission.

Wallage (2000, p.61) fait un état des techniques d'audit financier traditionnel utilisées pour la vérification des informations sociétales :

- L'enquête consiste à rechercher des informations auprès de personnes intérieures ou extérieures à l'entreprise.
- L'observation sert à examiner un processus ou une procédure réalisée par d'autres.
- L'inspection consiste à examiner des rapports, des documents ou des valeurs tangibles.
- Le calcul sert à vérifier l'exactitude arithmétique des documents sources et des rapports comptables ou procéder à des calculs indépendants.
- La confirmation répond à une demande pour corroborer l'information contenue dans les rapports comptables.
- Les procédures analytiques consistent à analyser les ratios significatifs et les tendances incluant les résultats de l'investigation des fluctuations et des relations qui ne correspondent pas aux autres informations adéquates ou qui dévient des montants prévus.

Cependant, d'autres sources peuvent être nécessaires pour réaliser une vérification sociétale des rapports de développement durable. Il peut s'agir notamment des focus groupe, des commentaires d'experts tels que des agences indépendantes d'étude de marché et des panels de parties prenantes pour conseiller l'auditeur (Wallage, 2000).

Au regard de ces diverses investigations, le vérificateur va émettre un rapport qui pourra être inséré dans le rapport de développement durable. Selon Antheaume (2003, p.355), plusieurs points doivent figurer dans cet avis :

- L'indépendance du vérificateur : le vérificateur ou l'une de ses filiales, a-t-il eu une activité de conseil pour l'entreprise publiant l'information sociétale ?
- La nature de la mission de vérification : S'agit-il d'émettre une opinion d'expert sur la qualité du rapport publié et sur la concordance des faits exposés ? S'agit-il de s'assurer que les données chiffrées ne sont pas entachées d'erreurs significatives ? qu'il existe

effectivement un système de collecte et de centralisation des données ? que la direction est sincère dans son engagement ?

- La nature et la description précises des travaux de vérification effectuées : consultation des documents (lesquels), entretiens, visites de sites, nombre de personnes interviewées, de sites audités,…
- Les normes de références : GRI, AA1000AS ou ISAE3000.
- L'avis argumenté sur la base des points précédents.

Ainsi, le rapport rédigé par l'équipe d'audit comporte la nature et l'étendue des travaux, ainsi que l'avis donné à la fin de la mission. Il s'agit d'un rapport conclusif qui met en exergue le travail effectué par le vérificateur. En effet, comme le précise Igalens (2004b), « *l'avis ou rapport d'assurance constitue la conclusion du travail du prestataire et il doit être rédigé de façon claire et compréhensible non seulement pour l'entreprise qui l'a sollicité mais surtout pour les parties intéressées auxquelles il est plus particulièrement destiné* » (p.155).

SECTION 2 –LE CADRE NORMATIF DE LA VERIFICATION DES INFORMATIONS SOCIETALES

La vérification des informations sociétales n'étant à ce jour pas encadrée par une loi, des normes et standards professionnels ont émergé au niveau international dans un environnement peu contraint par la réglementation.

Le besoin de renforcer, aux yeux des tiers, la crédibilité des informations diffusées par les entreprises, a fait émerger des normes internationales d'audit (Gonthier-Besacier, 2001).

La recherche constante d'un standard en matière de vérification des informations sociétales semble importante. En effet, l'existence d'un référentiel commun en matière de contrôle des informations sociétales permet d'accroître la rigueur de la vérification et peut être un élément permettant la comparaison (Rivière-Giordano, 2007a). Selon Lauriol (2004), les pratiques de RSE, notamment l'audit des informations sociétales, tendent à s'exprimer sous la forme de référentiels normatifs concurrents pour s'affirmer comme standards de référence.

Les lignes directrices de la Global Reporting initiative (GRI), l'Assurance Standard AA1000AS et l'ISAE3000 (International Standard on Assurance Engagement) semblent être les principes les plus reconnus en la matière. Chacune de ces normes a ses spécificités (1). Les recommandations fournies par ces normes sont toutefois complémentaires. En effet, les divers standards utilisables dans la mise en place d'une vérification des informations sociétales ne sont pas en conflit mais au contraire leur combinaison est souhaitable (2).

1. LES SPECIFICITES DE CHAQUE NORME UTILISABLE POUR LA VERIFICATION SOCIETALE

Il existe actuellement trois sources d'inspiration normative pour aider, d'une part, les entreprises à produire une information sociétale vérifiée, et d'autre part, les vérificateurs à réaliser ces missions. Dans un premier cas, il s'agit du prolongement des principes de la Global Reporting Initiative (GRI) aux pratiques de vérifications des informations sociétales (1.1). La deuxième norme AA 1000 Assurance Standard est anglaise. Elle a été élaborée par l'AccountAbility en mars 2003 spécialement pour évaluer la qualité et la crédibilité des informations sociétales (1.2). Enfin, la troisième norme est la plus récente. Il s'agit de la norme ISAE 3000 (1.3). Elle est issue des travaux de la Fédération Internationale des

Comptables (IFAC)[16] et de l'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)[17], dont l'objectif est de donner un cadre de référence général destiné aux professionnels réalisant des missions de reporting et de vérifications extra-financièrs.

1.1 LE GLOBAL REPORTING INITIATIVE AU REGARD DE LA VERIFICATION SOCIETALE

Comme nous l'avons examiné dans le chapitre précédant, les lignes directrices de la GRI constituent à l'échelle internationale, un cadre commun pour l'élaboration des rapports de développement durable. Elles peuvent également être utilisées dans la mise en place d'une vérification externe des rapports. Les lignes de conduite de la GRI donnent des conseils aux organisations voulant adopter ce standard pour leur processus de contrôle externe des informations sociétales.

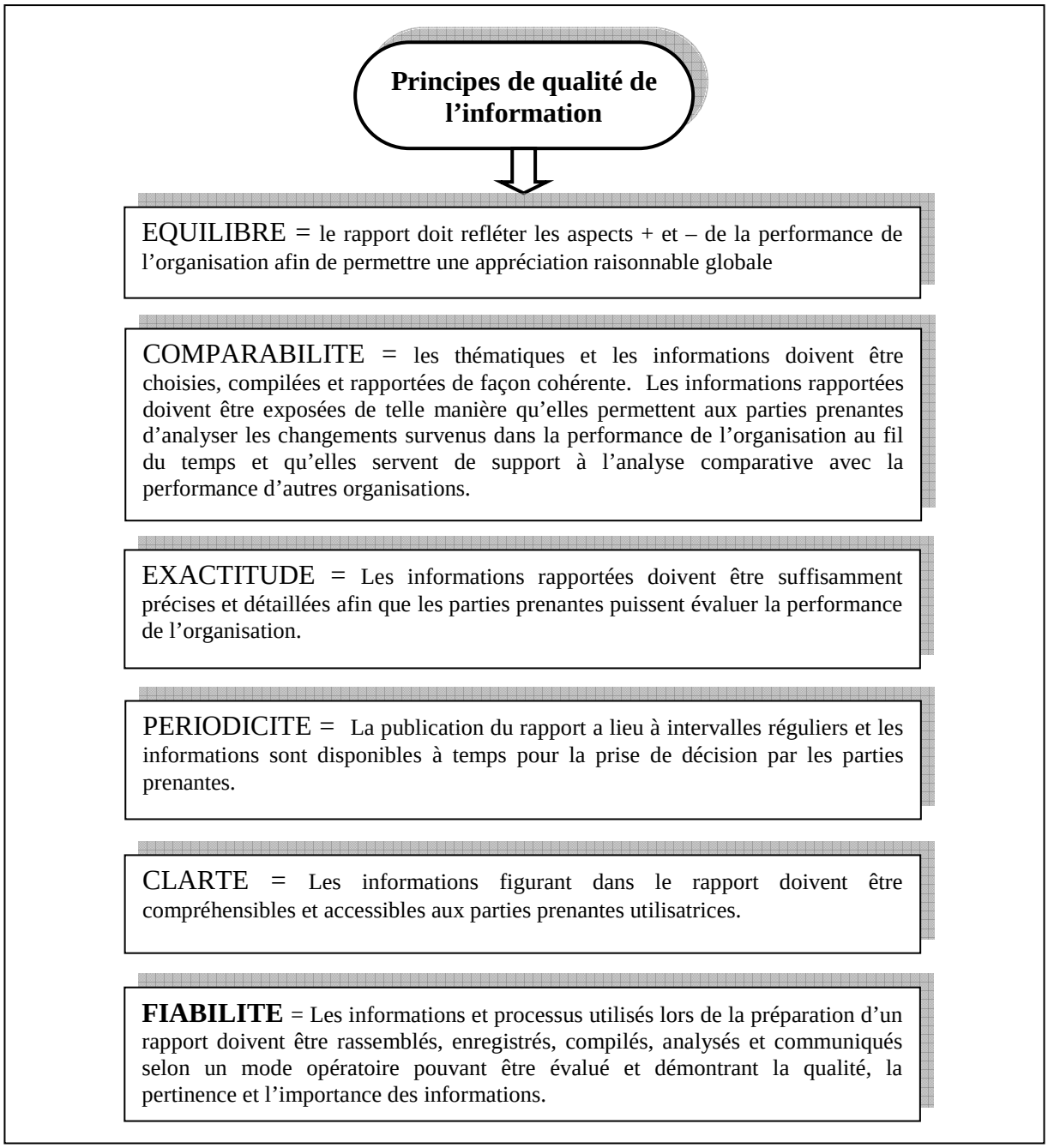
L'objectif des lignes directrices de la GRI est de renforcer la crédibilité des informations contenues dans les rapports de développement durable et de permettre leur comparabilité au niveau mondial. « *Les lignes de conduites de la GRI consistent en des principes pour définir le contenu des rapports et pour s'assurer de la qualité des informations rapportées* » (Lignes directrices de la GRI-G3, 2006).

La GRI présente les principes de détermination de la qualité d'un rapport de développement durable. Ces principes permettant d'assurer la qualité des informations publiées sont les suivants : l'équilibre, la comparabilité, l'exactitude, la périodicité, la clarté et la fiabilité. Chacun des principes contribue à une transparence effective. Selon la GRI (2006), la qualité des informations permet aux diverses parties prenantes d'apprécier de façon raisonnable la performance de l'entreprise et de mettre en place des actions adaptées. La figure suivante présente les six principes garant de la qualité des rapports.

[16] La Fédération Internationale des Comptables (IFAC) est l'organisation mondiale de la profession comptable. Elle travaille avec ses membres et associés dans plus de 100 pays pour protéger l'intérêt général en encourageant les comptables du monde entier à suivre des pratiques de haute qualité. Les membres et les associés de l'IFAC, qui sont principalement des organisations nationales d'experts-comptables, regroupent 2,5 millions de comptables travaillant dans des cabinets d'exercice libéral, dans l'industrie et le commerce, l'administration et les universités (site Internet : http://fr.ifac.org/About/).

[17] L'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), créé par l'IFAC, est le Conseil des normes internationales d'audit et d'assurance (IAASB). D'une part, il définit, de manière indépendante et de sa propre autorité, des normes de haute qualité portant sur l'audit, la révision et les autres services d'assurance, de contrôle de qualité et les services connexes. D'autre part, il facilite la convergence des normes nationales avec les normes internationales. Ces travaux contribuent à l'amélioration de la qualité et à l'uniformisation de la pratique dans ces domaines dans le monde entier, ainsi qu'au renforcement de la confiance du public dans l'information financière (site Internet : http://fr.ifac.org/IAASB/).

Figure 20 : Les principes garant de la qualité des rapports de développement durable



Source : Construit d'après les lignes directrices de la GRI (2006).

Le principe de fiabilité fait référence à la vérification des informations. En effet, la GRI (2006) précise que « *les parties prenantes doivent avoir confiance dans le fait que le rapport pourrait faire l'objet d'un contrôle visant à attester de la véracité de son contenu et du bon niveau d'application des principes de reporting. Les informations et données du rapport doivent être fiabilisées par des contrôles internes ou une documentation pouvant faire l'objet d'une révision par des individus autres que les rédacteurs* » (p.17).

Pour chaque principe de qualité, des tests pouvant être utilisés pour atteindre une qualité satisfaisante des informations diffusées sont présentés. S'agissant du principe de fiabilité, l'un des tests concerne la vérification et est formulé de la manière suivante : « *la portée et l'étendue de la vérification par des tiers externes sont identifiées* » (p.17).

La GRI recommande la mise en place, par les entreprises, d'une « *vérification externe* » de leur rapport de développement durable incluant le recours à des personnes ou groupes compétents extérieurs à l'organisation, tels que des professionnels de la vérification, des panels de parties prenantes ou d'autres groupes ou individus extérieurs. Cette vérification vise à mettre en valeur la crédibilité des rapports et vient en complément des systèmes de contrôle internes faisant partie intégrante du processus de gestion et de communication de l'information. La GRI utilise le terme « *vérification par des tiers pour renvoyer aux activités de vérification donnant lieu à la publication de conclusions sur la qualité du rapport et des informations qu'il comporte. Cela inclut, sans s'y limiter, les procédés sous-tendant la préparation de ces informations. Cette activité diffère de celles visant à évaluer ou valider la qualité ou le niveau de performance d'une organisation telles que la certification de performance ou la délivrance d'attestations de conformité* » (GRI, 2006, p.38).

Les lignes directrices de la GRI Troisième Génération résument les qualités majeures que doit avoir la « *vérification externe* » des rapports de développement durable utilisant le cadre de reporting de la GRI (extrait des lignes directrices de la GRI Troisième Génération, 2006) :

- elle doit être conduite par des groupes ou individus extérieurs à l'organisation et qui sont manifestement compétents, à la fois sur le sujet et sur les pratiques de vérification ;
- elle est mise en place d'une manière systématique, documentée, basée sur des preuves et caractérisée par des procédures définies ;
- elle évalue si le rapport fournit une présentation de la performance raisonnable et équilibrée, prenant en considération l'exactitude des données dans un rapport aussi bien que dans la sélection globale du contenu ;
- elle utilise pour conduire sa mission des groupes ou individus qui ne sont pas indûment limités par leur relation avec l'organisation ou ses parties prenantes pour atteindre et publier une conclusion indépendante et impartiale sur le rapport ;

- elle évalue dans quelles mesures le préparateur du rapport a appliqué le cadre de reporting du GRI (incluant les principes de reporting) pour formuler ses conclusions.
- elle résulte en une opinion ou série de conclusions disponibles pour le public sous forme écrite et en une déclaration sur la relation entre l'organisation qui a fait le rapport et le vérificateur.

Selon la GRI, les parties prenantes de l'entreprise constituent, à ce niveau, des acteurs importants. La consultation avec les « stakeholders » permet de renforcer le processus de fiabilité dans la mesure où leurs attentes en termes de crédibilité peuvent être appréhendées par l'organisation.

La GRI peut être complétée par la norme AA1000 de façon à fournir un ensemble d'outils permettant aux organisations de gérer, évaluer et communiquer leur performance globale en intégrant un processus d'engagement des parties prenantes.

1.2 LE STANDARD D'ACCOUNTABILITY : AA1000 ASSURANCE STANDARD

L'AA1000 est un standard élaboré et lancé en 1999 par AccountAbility (The Institue for Social and Ethical AccountAbility) une ONG britannique. Ce standard applicable à tous les secteurs d'activité, a pour objectif d'améliorer la responsabilité et la performance des entreprises en mettant en place des processus rigoureux d'engagement des parties prenantes. On entend par là les stratégies et les processus auxquels l'organisation a recours pour impliquer les parties prenantes concernées et le résultat de cet engagement. Ainsi, ce standard a été développé pour satisfaire le besoin des organisations d'intégrer le processus de consultation et de participation des parties prenantes dans leurs activités concernant le développement durable. Le cadre de l'AA1000 aide les utilisateurs à établir un processus systématique d'engagement des parties prenantes qui génère des indicateurs, des buts et des systèmes de communication nécessaires pour assurer son efficacité dans la performance globale de l'organisation.

Les directives de l'AA1000 sont construites selon le principe de l'inclusion et basées sur trois propositions :

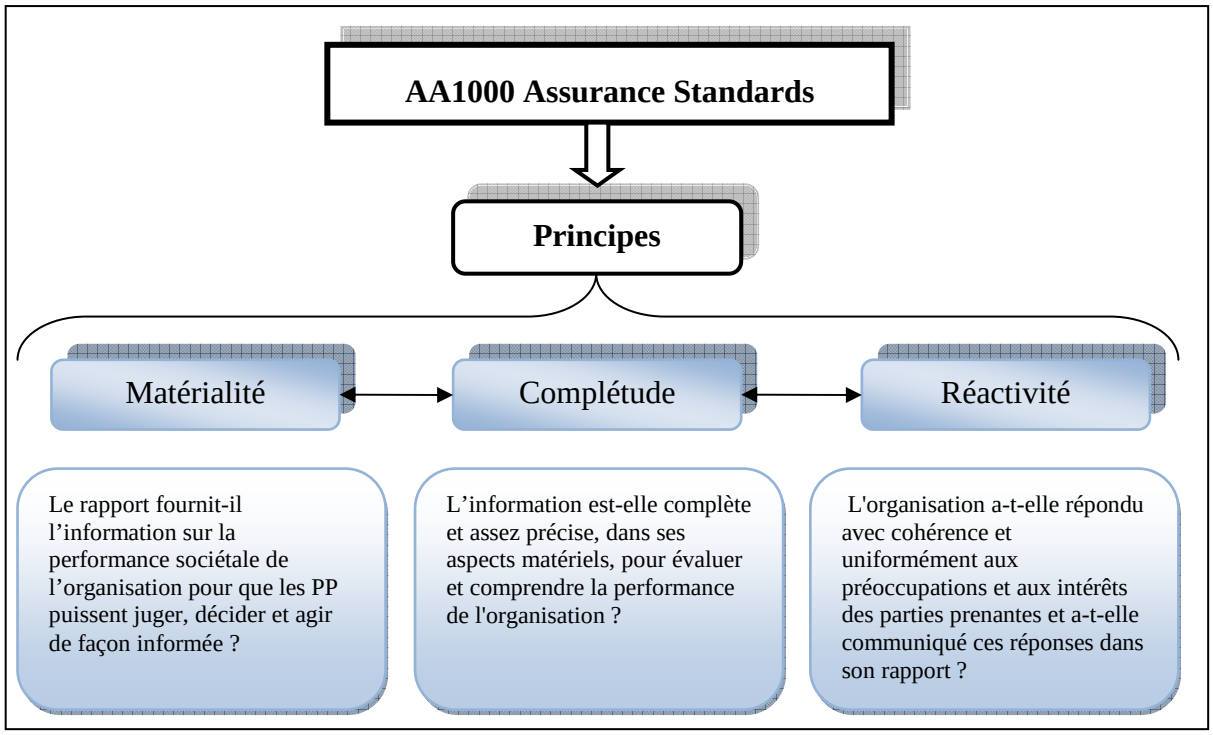
1. L'engagement des parties prenantes demeure au cœur des processus de responsabilité de la comptabilité, de l'assurance et de la communication.

2. La responsabilité concerne la réponse organisationnelle ou le point auquel une organisation entreprend des actions sur la base de l'engagement des parties prenantes.
3. Cette réponse exige des capacités organisationnelles d'apprentissage et d'innovation efficaces sur la base de l'engagement des parties prenantes.

La norme AA1000 comporte plusieurs modules. Chaque module et notamment l'AA1000AS peut être employé seul, comme étant un élément des directives globales de l'AA1000. Ceci permet aux utilisateurs de la norme d'adopter des processus de responsabilité étape par étape dans leur approche globale.

L'AA1000 AS (Assurance Standard) est un standard découlant de l'AA1000. Il a été publié en mars 2003 et a été conçu pour évaluer la qualité des rapports de développement durable tout en s'accordant aux principes de la GRI.
Selon ce standard, le vérificateur a pour mission de donner une appréciation de la qualité de l'engagement de l'organisation à l'égard des attentes et besoins des ses « stakeholders ».
AA1000 AS fournit des principes pour atteindre les objectifs d'audit et de vérification des rapports de développement durable.
Trois principes d'assurance sous tendent cette norme : *la matérialité, la complétude et la réactivité*. Le vérificateur va donc effectuer sa mission au regard de ces trois principes, qui sont mutuellement inclusifs. La figure 21 présente ces trois principes.

Figure 21 : Principes et engagements de l'AA1000AS



Source : Construit d'après AccountAbility (2003).

En premier lieu, le vérificateur doit s'assurer que le rapport de développement durable contient bien toutes les informations utiles pour les parties prenantes de l'entreprise. Les informations considérées comme utiles sont celles permettant aux parties prenantes de l'entreprise d'émettre des jugements, opinions et prendre des décisions. Dans ce cas, il s'agit pour le vérificateur de se conformer au principe de *matérialité*.

En second lieu, le vérificateur doit appliquer le principe de *complétude*. Dans ce principe, le vérificateur regarde dans quelles mesures l'information est suffisamment complète et précise pour estimer et comprendre la performance de l'organisation dans tous ces domaines.

En troisième lieu vient s'ajouter le principe de *réactivité*. Les demandes des parties prenantes doivent être prises en compte par l'entreprise. Ce principe vise à s'assurer que l'entreprise a été réactive, c'est-à-dire dans quelle mesure elle a tenu compte des attentes des parties prenantes et les a diffusées dans son rapport. Il ne s'agit pas pour l'entreprise de répondre à toutes les attentes des parties prenantes, ce qui serait difficile voire impossible, mais il s'agit de tout mettre en œuvre pour instaurer un « dialogue social » entre les parties prenantes et l'entreprise (Igalens, 2004a).

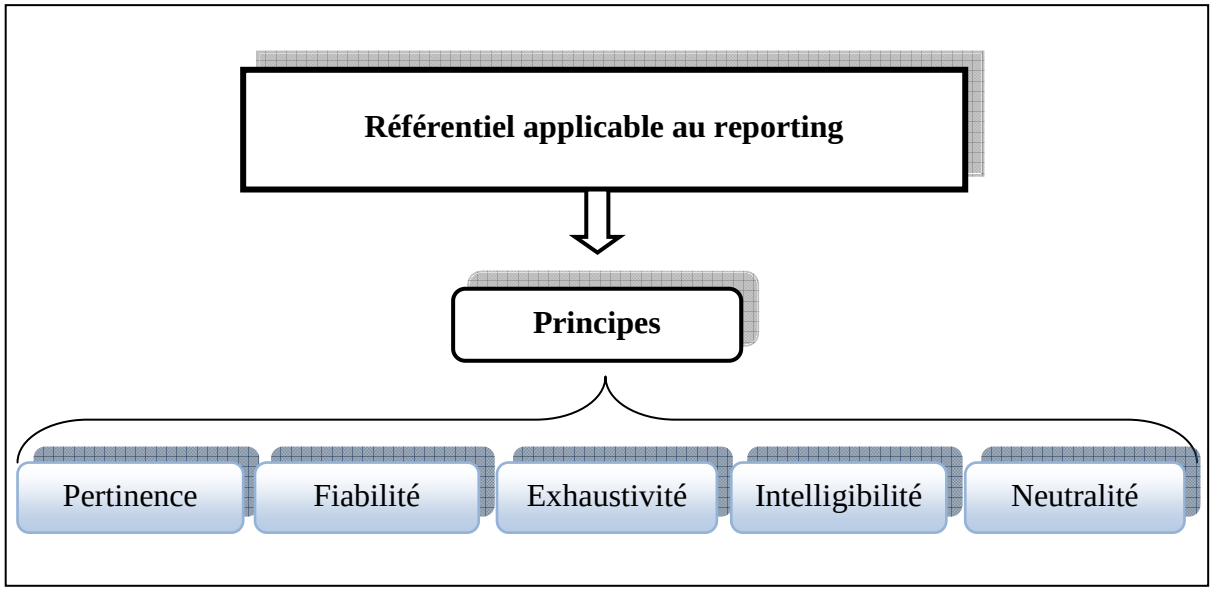
La mise en place en 2003 du standard AA1000AS, créé pour évaluer la qualité des rapports de développement durable, a été suivie de l'élaboration en 2005 de la norme ISAE 3000.

1.3 L'INTERNATIONAL STANDARD ON ASSURANCE ENGAGEMENT : NORME ISAE 3000

The International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) et la Fédération Internationale des Comptables (IFAC) ont élaboré un cadre de référence général destiné aux professionnels réalisant des missions de reporting et de vérification extra-financiers.

Créée en 1997, l'ISAE 100 a été remplacée par l'ISAE 3000 en décembre 2003. La norme ISAE 3000 est applicable à compter du 1er janvier 2005. Cette norme, destinée aux professionnels de l'audit, établit des principes et des procédures généraux pour mener à bien les missions de vérification d'informations extra-financières. Ce standard fournit également des conseils pour la mise en forme du rapport d'audit effectué à la fin de la mission. La norme ISAE 3000 s'adresse aux « *attestations d'assurance autres que les audits ou les révisions d'information financière historique* » (ISAE 3000, 2005). Le vérificateur examine la qualité du reporting par rapport à un référentiel défini par des obligations légales (loi NRE) ou des pratiques reconnues (lignes directrices du GRI, référentiels internes), pour formuler, suite à cette mission, une attestation ou engagement d'assurance. Le référentiel ou « critère » applicable au reporting étant défini, le vérificateur va apprécier le référentiel au regard de cinq critères : *pertinence (matérialité), fiabilité, exhaustivité, intelligibilité (compréhensibilité), neutralité (objectivité).* La figure 22 présente ces cinq principes.

Figure 22: Principes de l'ISAE 3000

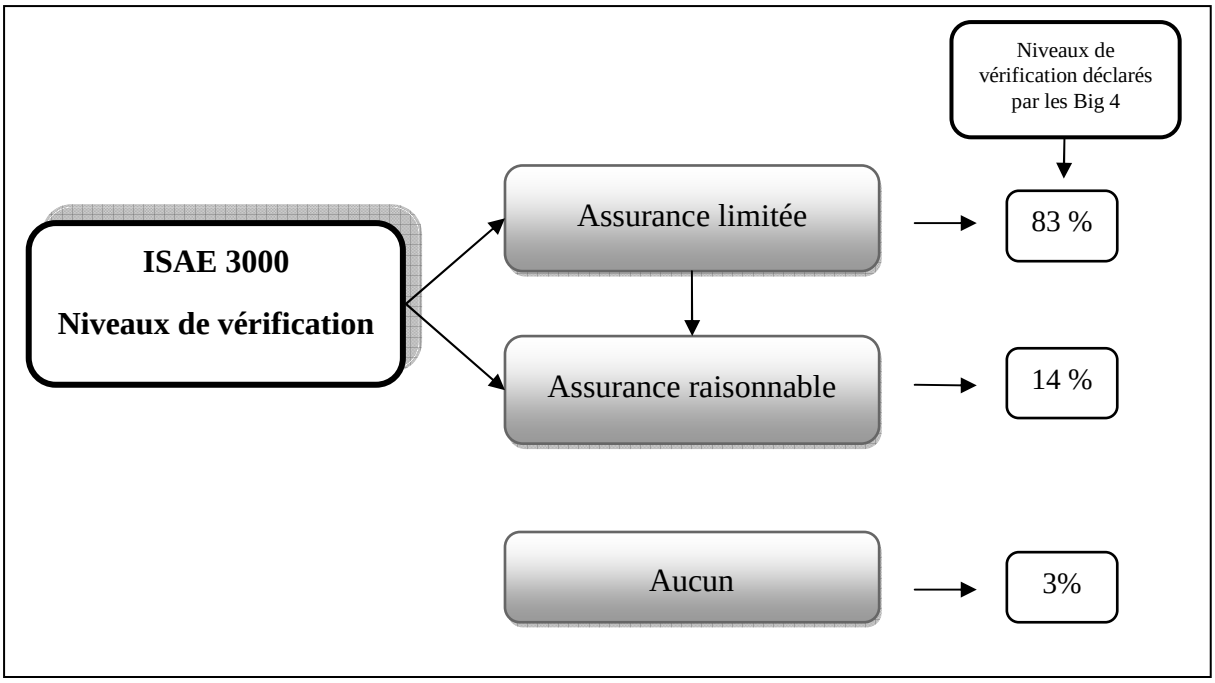


Le référentiel est considéré *pertinent* dans le cas où il contribue à la prise de décisions des utilisateurs potentiels. Il est jugé *exhaustif* si aucun facteur pertinent n'a été omis. Dans le cas

où le référentiel est évalué de façon similaire par un autre professionnel et dans des circonstances identiques, il est alors considéré *fiable*. Le référentiel est jugé neutre s'il n'introduit pas de biais dans les conclusions. Enfin, il est considéré *intelligible* s'il favorise la formulation de conclusions claires, compréhensibles et non sujettes à différentes observations (ISAE 3000, Framework).

L'ISAE 3000 est la seule norme à définir des niveaux distincts de vérification. Elle distingue deux niveaux d'assurance : le niveau d'« *engagement d'assurance raisonnable* » et le niveau d'« *engagement d'assurance limitée* ». L'engagement d'assurance raisonnable vise à communiquer un niveau élevé d'assurance mais pas un niveau absolu, à cause des limitations du système de contrôle interne et du processus d'assurance lui-même. Cette assurance est fournie à travers un compte rendu formulé de manière positive en ce qui concerne la fiabilité. Dans ce niveau d'assurance, le vérificateur rapporte que « *Après avoir réalisé nos procédures (de vérification), nous concluons que l'information contenue dans le rapport environnemental et social est conforme à tous les égards matériels avec la GRI et présente une vue complète, équilibrée et objective de la performance environnementale et sociale de la société Béta* » (Hodge et al., 2007, p.20). L'engagement d'assurance limité fait référence à un niveau plus modéré ou plus limité d'assurance. Le compte rendu d'assurance qui l'accompagne est formulé de manière négative et le vérificateur rapporte que « *Après avoir réalisé nos procédures (de vérification), rien n'a attiré notre attention qui nous permettrait de croire que le rapport ne présente pas à tous les égards matériels, une vision complète, équilibrée et objective de la performance environnementale et sociale de la société Béta* » (Hodge et al., 2007, p.20).
La figure 23 expose les deux niveaux de vérification définis par la norme ISAE 3000 ainsi que leur pourcentage d'utilisation.

Figure 23 : Les niveaux de vérification de l'ISAE 3000



Source : Construit d'après CorporateRegister (2008).

Les comptables utilisent l'ISAE 3000 comme une norme professionnelle de référence qui définit les deux niveaux d'assurance limitée et raisonnable, dans le domaine de la vérification d'informations extra-financières. Une étude, menée par CorporateRegister à l'échelle internationale, montre que le niveau d'assurance le plus utilisé par les vérificateurs membres de la profession comptable, dans la vérification des informations sociétales, est le premier niveau « *assurance limitée* » (CorporateRegister, 2008).

2. LA COMPLEMENTARITE DES NORMES UTILISABLES POUR LA VERIFICATION SOCIETALE

Les trois standards GRI, AA10001AS et ISAE3000, utilisables pour les missions de vérification des informations sociétales, ont chacun des spécificités qui leur sont propres. Leur comparaison semble être importante pour appréhender chacune de leurs caractéristiques (2.1). Malgré l'existence de disparités entre ces standards, leur combinaison semble être un moyen judicieux de mettre en œuvre une mission de vérification des informations sociétales (2.2).

2.1. LA COMPARAISON DES STANDARDS UTILISABLES POUR LA VERIFICATION SOCIETALE

Les standards en matière de vérification volontaire des informations contenues dans les rapports de développement durable sont, sur certains points, différents. S'agissant de la GRI, son objectif est de définir le contenu des rapports et de s'assurer de la qualité des informations rapportées. Alors que l'objectif du standard AA1000AS est l'examen de la qualité de l'engagement de l'organisation envers ses parties prenantes, celui de l'ISAE3000 est l'examen de la qualité du reporting (Rivière-Giordano, 2007a).

Le tableau 6 suivant présente une analyse comparative entre les trois standards utilisables pour la vérification des informations sociétales.

Tableau 6 : L'analyse comparative des standards utilisables pour la vérification sociétale

	GRI	AA1000AS	ISAE3000
Objectif	Définit des principes de qualité du reporting	Appréciation de la qualité de l'engagement de l'entreprise envers ses parties prenantes	Appréciation de la qualité du reporting
Application	Volontaire	Volontaire	Obligatoire pour les membres de la profession comptable
Parties prenantes considérées	Toutes les parties prenantes	Toutes les parties prenantes	Uniquement les utilisateurs potentiels du reporting
Périmètre de la vérification	Périmètre unique pour toutes les vérifications (ensemble du rapport)	Périmètre à déterminer et sélectionné par l'auditeur au regard des principes de matérialité, de complétude et de réactivité	Périmètre prédéterminé et sélectionné par l'entreprise
Référentiel de reporting utilisé par le vérificateur	Evalue dans quelles mesures le préparateur du rapport de développement durable a appliqué le cadre de reporting du GRI (incluant les principes de reporting)	Valeurs et objectifs définis après consultation des parties prenantes	Référentiel de reporting défini par des obligations légales (loi NRE) ou de pratiques reconnues (lignes directrices du GRI, référentiels internes)
Critères d'appréciation du reporting	Equilibre, clarté, exactitude, périodicité, comparabilité et fiabilité	Adéquation et qualité des réponses aux besoins des parties prenantes	Pertinence, fiabilité neutralité, intelligibilité, exhaustivité
Niveau de vérification	Pas de mention du niveau de vérification	Le niveau de vérification peut être varié pour des questions différentes (échelle mobile) à l'intérieur d'un même engagement et est en relation avec la maturité de la question dans l'entreprise (par ex. la disponibilité des données et le statut des systèmes de management)	Réduit le risque d'erreurs et d'omissions de l'information vérifiée à un niveau acceptable en choisissant entre « un engagement d'assurance raisonnable » et « un engagement d'assurance limitée » ou une combinaison des deux pour des informations différentes. Le choix détermine l'étendue du travail.
Formulation de l'opinion du vérificateur	Rapport contenant l'opinion ou une série de conclusions disponibles pour le public et une déclaration sur la relation entre l'organisation qui a fait le rapport et le vérificateur	Rapport détaillé sur le respect des principes de matérialité, complétude et réactivité et justifications des conclusions	Attestation d'assurance relative à la fiabilité du reporting
Avantages	Définit les qualités majeures que doit avoir la vérification	Appréciation de la qualité des réponses apportées aux attentes des parties prenantes	Appréciation de la fiabilité du reporting
Inconvénients	Evaluation du référentiel unique de la GRI	Identification et prise en compte des attentes des parties prenantes	Démonstration de la fiabilité des informations communiquées

Source : Construit d'après Rivière-Giordano (2007a, p.153) et Lansen-Rogers & Oelschlaegel (2005, p.18).

Comme le montre le tableau précédent, le standard AA1000AS affiche un objectif plus large que l'ISAE 3000 puisqu'il vise à étudier « *la qualité du reporting sociétal de l'organisation, ainsi que des processus, systèmes et compétences sous-jacentes à la performance globale de l'organisation* » (Lansen-Rogers & Oelschlaegel, 2005). L'ISAE3000 est un standard général, applicable à tous types de vérification autres que les audits d'informations financières historiques (ISAE3000, 2005), dont l'objectif est l'appréciation de la qualité du reporting sociétal. La GRI, dont l'objectif est de développer des indicateurs sociétaux applicables à toutes les entreprises, donne des conseils assez généraux pour l'élaboration de pratiques de vérification des informations sociétales.

Alors que l'utilisation des principes de la GRI et de l'AA100AS est volontaire et laissée à la discrétion de l'entreprise et du vérificateur, il n'en est pas de même pour ceux de l'ISAE3000. En effet, l'ISAE3000 est une norme professionnelle qui doit être obligatoirement appliquée par l'ensemble de la profession comptable depuis le 1er janvier 2005. Elle constitue une exigence minimale de toute mission de vérification sociétale réalisée par un membre de la profession comptable.

La GRI et l'AA1000 fournissent un ensemble d'outils qui aident les organisations à gérer, mesurer et communiquer leurs performances globales. Chaque initiative peut comprendre l'application de l'autre. « *L'AA1000 fournit un processus rigoureux d'engagement des parties prenantes pour supporter le développement durable, alors que la GRI fournit des directives globales applicables pour communiquer le développement durable qui accentue l'engagement des parties prenantes dans son développement et son contenu* » (Champion et Gendron, 2003, p.19). Le principe sous-jacent de l'AA1000 est holistique: planification, comptabilité, audit et communication. Il ne prescrit pas ce qui devrait être communiqué mais plutôt le comment. Dans ce sens, l'AA1000 est conçue pour compléter la Global Reporting Initiative (GRI) (Champion et Gendron, 2003).

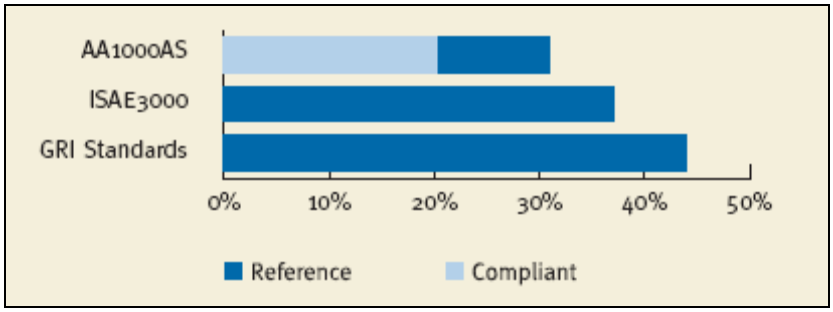
Les référentiels analysés diffèrent d'un standard à l'autre. L'ISAE3000 définit les critères ou référentiels comme des éléments de comparaison utilisés pour évaluer et mesurer l'objet de la vérification. Les référentiels auxquels le standard fait référence sont le décret de la loi NRE, les lignes directrices de la GRI et les procédures mises en place spécifiquement par les entreprises en interne. Concernant l'AA1000AS, il précise que l'analyse des informations, la fixation d'objectifs et la mise en place de plans de progression doivent être appréhendées

conformément aux valeurs et objectifs déterminés après consultation de chaque groupe de parties prenantes. S'agissant des recommandations apportées par la GRI, le référentiel utilisé est exclusivement celui de la GRI elle-même.

Des différences existent également concernant l'opinion du vérificateur et l'émission d'un avis. Les recommandations de la GRI restent assez vagues quant au contenu du rapport émis par le vérificateur. La GRI précise seulement que la vérification externe des rapports de développement durable doit «*… donner lieu à la communication d'un avis ou d'une synthèse de conclusions rédigées, accessible à tous, et d'une déclaration du prestataire à l'attention du rédacteur attestant de la nature de leur relation* » (GRI, 2006, p.38).
L'ISAE3000 prévoit également, qu'à la fin de sa mission, le vérificateur doit émettre un « rapport d'assurance » aussi appelé « avis » ou « rapport d'examen ». Dans ce rapport, le vérificateur se prononce en faveur d'un niveau d'assurance sur les données définies par le standard et est représentatif d'un niveau plus ou moins élevé de fiabilité du reporting : « assurance raisonnable » ou « assurance modérée ». Des commentaires distincts et non contraires aux conclusions peuvent également être ajoutés à la fin du rapport (ISAE3000, 2005). Il est précisé dans l'ISAE3000 que le vérificateur remet, à la fin de sa mission, un rapport détaillé sur le respect des principes de matérialité, complétude et réactivité et justifie ses conclusions. Les missions de l'entreprise, les procédures de gouvernance intégrant les parties prenantes, les méthodologies employées, les prévisions de vérifications futures, la performance de l'entreprise, les indicateurs identifiés par les parties prenantes, ainsi que la conformité aux standards et réglementations doivent être mentionnés dans ce rapport (AA1000AS, 1999). De plus, concernant le vérificateur, la norme AA1000AS peut compléter les autres normes puisqu'elle fait référence à la compétence du prestataire de la vérification. En effet, le fait de faire figurer ce critère est intéressant car il s'agit d'une question essentielle qui est mieux abordée dans la norme AA1000AS que dans les autres (Igalens, 2004a).

Ainsi, après avoir présenté successivement les trois standards utilisables pour la mise en place et la réalisation des missions de vérification sociétale, nous avons analysé les différences existant entre ces standards. Il est alors intéressant d'exposer les fréquences à laquelle ils sont utilisés dans les entreprises. L'étude menée par CorporateRegister (2008) dans un contexte international présente ces fréquences. La figure 24 ci-dessous expose les résultats de cette étude.

Figure 24 : Référence aux standards de vérification sociétale



Source: CorporateRegister.com (2008, p.12).

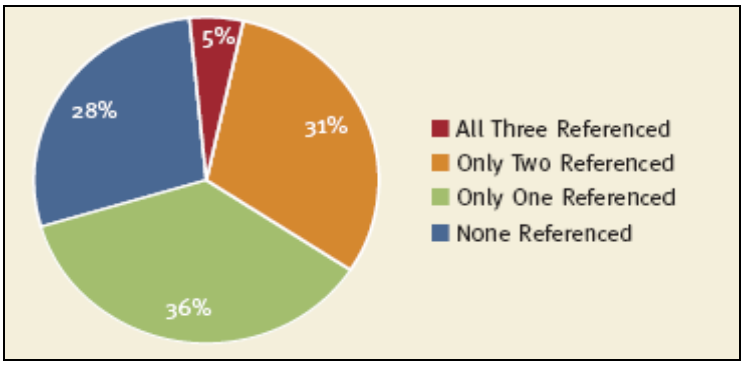
20% des rapports d'assurance de l'étude sont en conformité totale avec l'AA1000AS, alors que 11% des rapports font référence à ce standard sans en être en totale conformité avec lui. S'agissant de l'ISAE 3000, 37% des rapports dans l'étude y font référence mais le degré d'adhésion varie grandement. En fait, certains rapports semblent suivre l'ISAE3000 presque à la lettre, mais n'y font pas référence. Un développement intéressant est la référence à l'ISAE3000 par des professionnels autres que des comptables, alors que l'ISAE a été développée par la profession comptable pour des comptables. Une majorité des références à l'ISAE dans les rapports est faite par des professionnels qui ne sont pas des comptables. Enfin, 44% des rapports de l'étude font référence aux lignes directrices de la GRI (CorporateRegister, 2008).

Malgré l'existence de disparités entre ces standards, leur combinaison semble être un moyen judicieux de mettre en œuvre une mission de vérification externe des informations sociétales (Lansen-Rogers & Oelschlaegel, 2005).

2.2. L'INTERDEPENDANCE DES STANDARDS UTILISABLE POUR LA VERIFICATION SOCIETALE

Les standards GRI, AA1000AS et ISAE3000 ne sont pas concurrents mais au contraire ils peuvent être combinés pour bénéficier des points forts de chacun et accroître l'encadrement de la vérification (Rivière-Giordano, 2007a). En effet, les trois standards sont techniquement complémentaires et peuvent donc être appliqués ensemble dans un processus de vérification. Il n'y a pas de conflit méthodologique sous-jacent entre les trois standards (Lansen-Rogers & Oelschlaegel, 2005). Pour illustrer ces propos, l'étude de CorporateRegister (2008) menée sur des entreprises internationales montre l'utilisation des différents standards à travers le monde. La figure 25 suivante présente les résultats de cette étude.

Figure 25 : L'utilisation des standards de la vérification sociétale



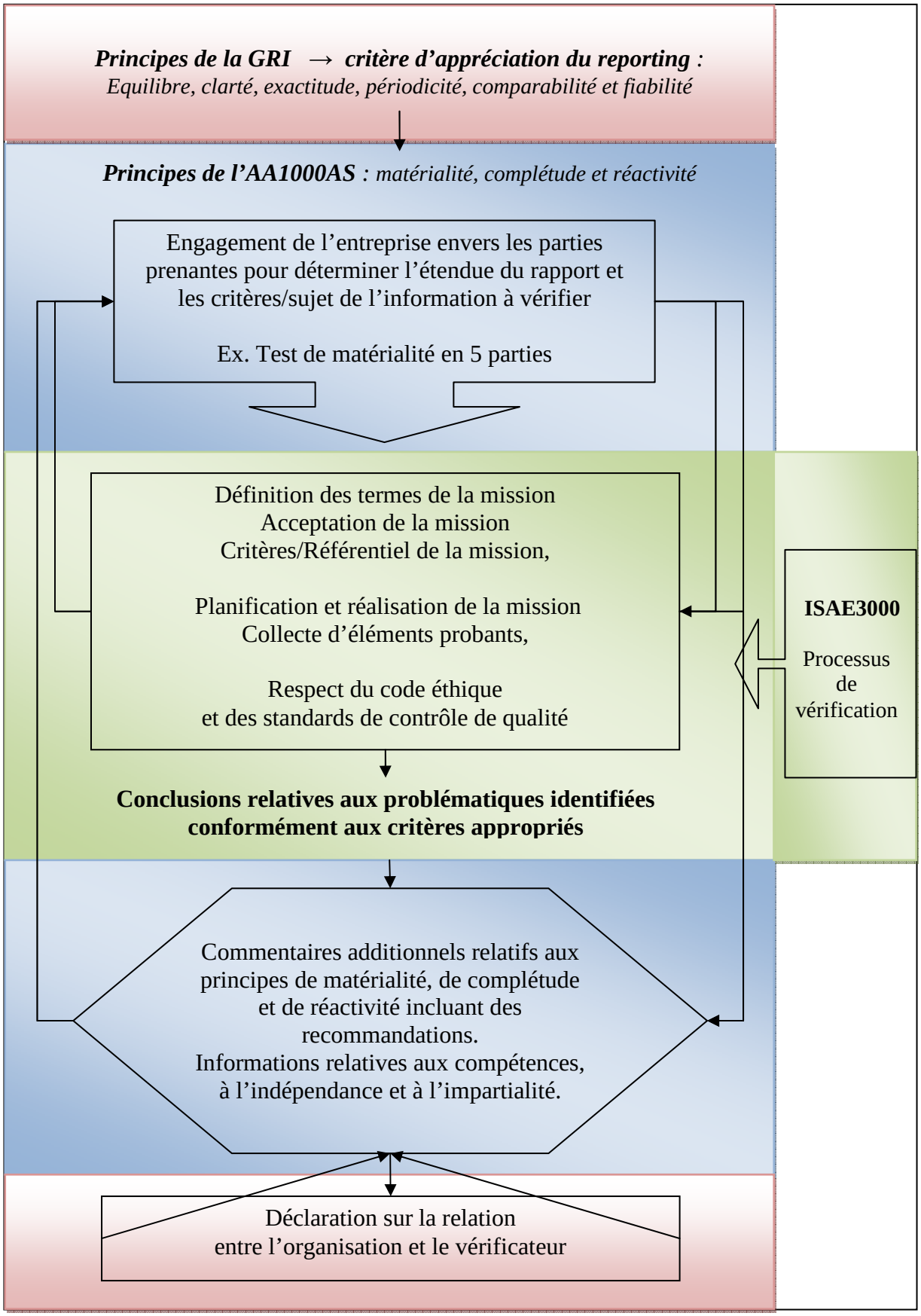
Source: CorporateRegister.com (2008, p.12).

La plupart des rapports de développement durable vérifiés font référence à un standard de vérification (36%). Parmi les entreprises composant l'échantillon de l'étude, 31% des rapports de développement durable vérifiés font référence à deux standards et seulement 5% aux trois standards (GRI, AA1000AS et ISAE3000). Enfin, un nombre encore important de rapports vérifiés ne fait référence à aucun standard. Cette étude montre que, bien qu'un nombre important d'entreprises fasse vérifier leurs informations sociétales sans qu'il y ait eu mention du standard utilisé (28%), le pourcentage des rapports dans lesquels il y a une combinaison de deux des standards est encourageant (31%).

Les principes de la GRI peuvent servir de base à toute mission de vérification. La GRI définit les qualités majeures que doit avoir une vérification sociétale. Cependant, les recommandations données par cette norme sont généraux et peu détaillées. Il ne s'agit pas d'une norme spécifique à la vérification bien qu'elle donne des conseils pour la vérification, elle a été conçue au départ pour le reporting. L'utilisation des autres standards paraît donc nécessaire. L'AA1000AS introduit les principes de matérialité, de complétude et de réactivité. Le reporting, dont le périmètre est déterminé en collaboration avec les parties prenantes, est alors apprécié au regard de ces trois principes. L'avantage est que le vérificateur doit remettre à la fin de sa mission un rapport détaillé sur le respect de ces principes, ce qui n'est pas le cas pour l'ISAE3000. Le principal atout de l'ISAE3000 est qu'il s'agit d'une norme professionnelle dont l'objectif est d'attester la fiabilité des données sociétales selon une démarche de vérification rigoureuse. Le vérificateur apprécie la qualité des informations au regard de cinq critères tels que la pertinence, l'exhaustivité, la fiabilité, la neutralité et l'intelligibilité.

La combinaison possible entre ces trois standards est présentée dans la figure suivante.

Figure 26 : Combinaison des standards de vérification sociétale (GRI, AA10001S, ISAE3000)



Source : Construit d'après Rivière-Giordano (2007a, p.155) et Lansen-Rogers & Oelschlaegel (2005, p.22).

Aujourd'hui les demandes des utilisateurs éventuels des informations sociétales sont mues par des visions hétérogènes et souvent divergentes du développement durable. Les attentes, par rapport à la vérification de ces informations, sont basées sur la position et le rôle dans la société des utilisateurs de ces informations. Les différents besoins du management et des autres parties prenantes concernant les informations utiles, exactes et comparables pour la prise de décision, peuvent expliquer les divergences entre les attentes de ces acteurs. De plus, la disponibilité des preuves et la limitation des ressources sont également source de divergences. La combinaison des standards présentés précédemment peut répondre à ces besoins de différentes façons, et ainsi satisfaire les attentes des utilisateurs. Comme déjà précisé, la GRI encourage les entreprises à réaliser une vérification sociétale et fournit des lignes de conduites très générales. L'ISAE3000 fournit des procédures rigoureuses pour évaluer la fiabilité, la comparabilité et la combinaison de l'information. L'AA1000AS donne des principes qui permettent à ses lignes directrices de s'appliquer à la vérification de la performance sociétale, afin d'évaluer si l'organisation est responsable, c'est-à-dire si elle comprend et aborde toutes les questions matérielles et prend en compte les parties prenantes.
Ainsi, un processus de vérification basé uniquement sur les trois principes de l'AA1000AS serait bien noté en ce qui concerne la réponse aux attentes et aux questions des parties prenantes, mais serait moins bien noté en ce qui concerne l'exactitude des données. L'utilisation de la norme ISAE3000, avec une plus grande concentration sur la fiabilité de l'information basée sur des critères de reporting identifiés, fournit ainsi des preuves et le niveau de vérification correspondant. En revanche, un processus d'assurance technique rigoureux mené avec l'ISAE3000 peut ne pas être utile à des utilisateurs qui ont une vue d'ensemble plus large des performances passées et à venir (Lansen-Rogers & Oelschlaegel, 2005).

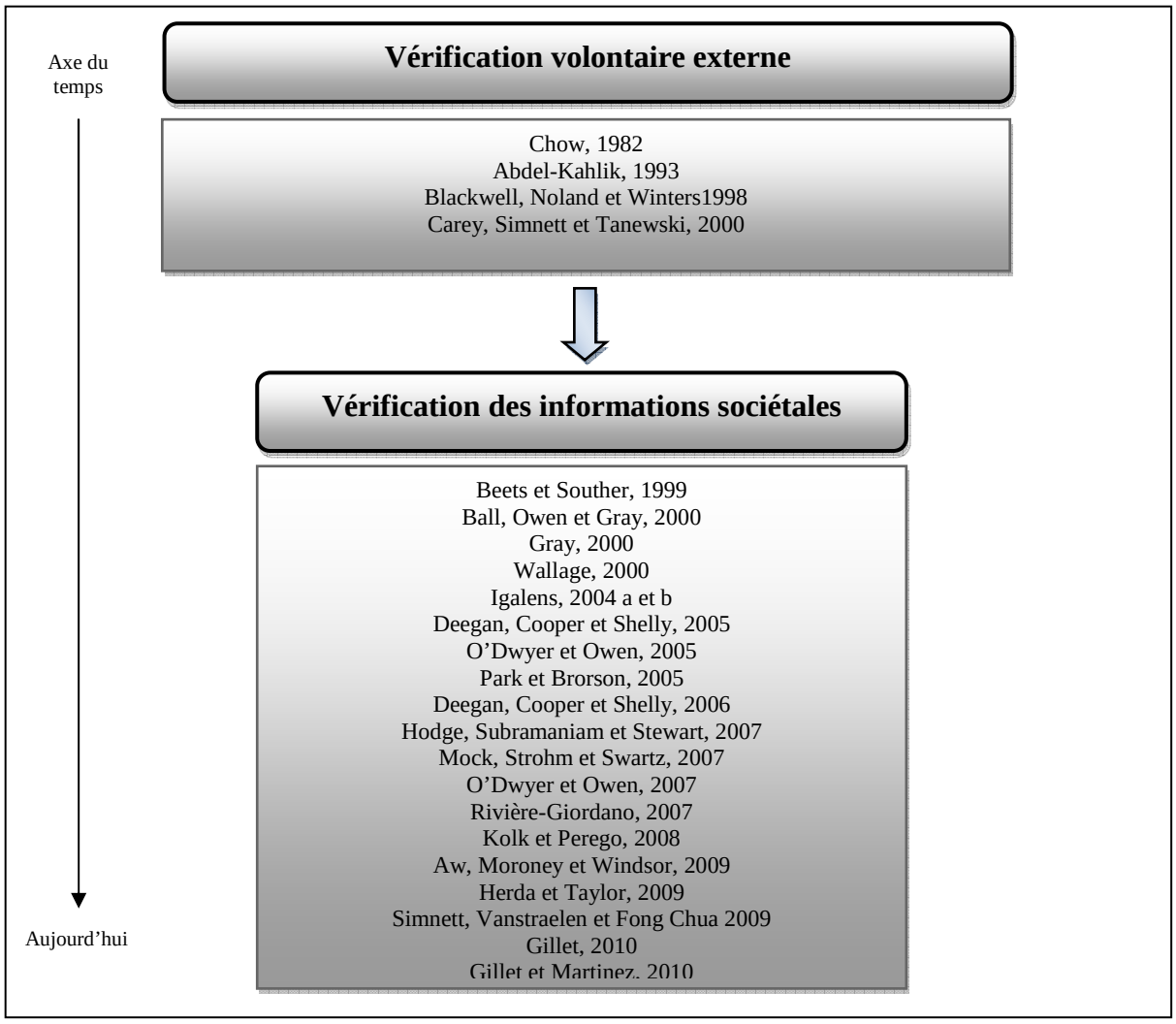
SECTION 3 – REVUE DE LA LITTERATURE DE LA VERIFICATION DES INFORMATIONS SOCIETALES

Un certains nombre d'études ont analysé le recours à une vérification volontaire. Les premières études se sont focalisées sur le contexte financier (Chow, 1982 ; Abdel-Kahlik, 1993 ; Blackwell et al., 1998). Depuis quelques années, les recherches se sont tournées vers la vérification de l'information extra-financière. Jusqu'ici, elles ont surtout porté sur la description des ces pratiques et sur l'étude du type de vérificateur (Deegan et al., 2006 ; Mock et al., 2007 ; Simnett et al., 2009). Elles ont généralement recours à des enquêtes, des entretiens ou des analyses de contenu des avis des vérificateurs. A ce jour, peu de recherches étudient les facteurs qui influencent la décision de recourir à une vérification sociétale (Herda et Taylor, 2009 ; Simnett et al., 2009 ; Kolk et Perego ; 2010). Un panorama de ces études est présenté (1). Les limites, à la fois méthodologiques et théoriques, sont ensuite exposées (2).

1. UN PANORAMA DES ETUDES SUR LA VERIFICATION SOCIETALE

Depuis quelques années, en France, des auteurs commencent à s'intéresser à la pratique de la vérification des informations sociétales (Igalens, 2004a et b, Rivière-Giordano, 2007a ; Gillet, 2010 ; Gillet et Martinez, 2010a et b). Au niveau international, les études portant sur cet objet de recherche se sont également développées (O'Dwyer et Owen, 2007 ; Simnett et al., 2009 ; Aw et al., 2009 ; Kolk et Perego, 2010). La plupart font référence à une littérature plus ancienne et plus large portant sur la vérification externe volontaire dans des contextes financiers. La figure suivante présente les études empiriques portant sur la vérification volontaire externe des informations.

Figure 27 : Les études empiriques sur la vérification des informations



Cette sous-section examine la littérature sur la vérification des informations. Tout d'abord, les premières recherches étudiant la mise en place de vérifications externes volontaires sont présentées (1.1). Ensuite, l'analyse de la littérature se recentre sur la vérification externe dans le contexte particulier des informations sociétales (1.2).

1.1. LES PREMIERES RECHERCHES SUR LA DEMANDE D'UNE VERIFICATION EXTERNE VOLONTAIRE

La demande de vérification externe volontaire a tout d'abord été étudiée dans des contextes financiers (Chow, 1982). Ces premières recherches se situent avant que la diffusion d'informations sociétales se soit popularisée dans les entreprises et qu'elle ait été suivie de sa vérification par un tiers extérieur. Aujourd'hui, les études portant sur les facteurs explicatifs

de la demande de vérification sociétale font référence à ces premières recherches qui sont alors considérées comme support théorique de référence (Herda et Taylor, 2009 ; Simnett et al., 2009 ; Kolk et Perego, 2010).

Chow (1982) a tout d'abord étudié la vérification volontaire sous l'angle de la théorie de l'agence, arguant que les coûts d'agence expliquent l'adoption volontaire d'audits financiers. Son étude se focalise sur l'année 1926, c'est-à-dire antérieure à l'introduction aux Etats-Unis d'une obligation légale pour la vérification des informations financières historiques. Il défend l'idée que les proxies pour les coûts d'agence associés aux actionnaires et aux créditeurs, tels que les effets de leviers, l'endettement et la taille de l'entreprise, sont positivement associés à l'adoption volontaire d'audits financiers.

Abdel-Khalik (1993) adopte un point de vue différent. Il étudie la demande de vérification comme un mécanisme de contrôle interne. Les propriétaires ou managers demandent des audits volontaires pour compenser la perte de contrôle induite par la structure de l'entreprise, en particulier lorsque les entreprises sont très hiérarchisées. Plus la chaîne de commandement est longue et moins l'action des subordonnées est visible. Il s'en suit une perte de contrôle de la hiérarchie, qui peut être compensée par des audits externes. Aisni, l'auteur soutient que cette perte de contrôle interne peut engendrer des problèmes de distorsion de communication. Son étude porte sur 134 entreprises américaines issues de divers secteurs d'activité, dont 103 ont réalisé un audit volontaire et 31 n'ont pas mis en place cet audit. En accord avec l'hypothèse du « *concept organisationnel* » (‘*organizational design*’), ces résultats indiquent que les entreprises les plus grandes sont les plus susceptibles de demander la vérification volontaire.

L'association entre vérification et contrôle est analysée sous un angle différent par Blackwell et al. (1998). Selon ces auteurs, la demande de vérification nait du besoin de réduire l'asymétrie d'information avec les créditeurs institutionnels qui perçoivent cette vérification comme un moyen effectif de contrôle. De même, Carey et al. (2000) étudient les entreprises familiales en Australie et trouvent que la demande volontaire de vérification est associée à l'asymétrie d'information et à la perte de contrôle. Ainsi, une gestion et une direction non-familiale sont positivement associées à la demande de vérification externe. En accord avec Chow (1982), Carey et al. (2000) trouvent un lien positif entre le niveau d'endettement et la demande de vérification.

Ces premières recherches indiquent que la vérification externe volontaire est utilisée par les entreprises comme un mécanisme utile pour augmenter la crédibilité de l'information diffusée et procurer une plus grande confiance à l'utilisateur (Carey et al., 2000). Ces études font toutes références à un cadre théorique contractualiste. Ainsi, du point de vue de la théorie de l'agence, la demande de vérification découle de la nécessité de compenser les coûts d'agence, associés à l'asymétrie d'information pour les créanciers institutionnels et à la perte de contrôle qui en résulte en raison d'un manque d'observabilité du comportement des gestionnaires (Chow, 1982).

1.2. LA DEMANDE DE VERIFICATION DANS LE CONTEXTE PARTICULIER DES INFORMATIONS SOCIETALES

Les premières études sur la vérification sociétale se sont contentées de décrire le processus et les tendances de ces pratiques (Wallage, 2000 ; Park et Brorson, 2005 ; Deegan et al., 2006 ; O'Dwyer et Owen, 2007) ou d'analyser les standards en la matière (Beets et Souther, 1999). Jusqu'ici, les recherches ont donc surtout porté sur le niveau de vérification et sur le type de vérificateur réalisant cette mission (Deegan et al., 2007 ; Mock et al., 2007 ; Simnett et al., 2009). Une vision d'ensemble des ces études est exposée (1.2.1).
Les recherches portant sur les facteurs explicatifs de la décision de recourir à une vérification des informations sociétales ne sont que très récentes (Herda et Taylor, 2009 ; Simnett et al., 2009 ; Kolk et Perego, 2010 ; Gillet et Martinez, 2010a et b). Il convient de les présenter tour à tour (1.2.2).

1.2.1 Une vision d'ensemble des études sur la vérification sociétale

Depuis quelques années, la pression des parties prenantes a encouragé les entreprises à réaliser un reporting sociétal volontaire. Il s'agit notamment de certains investisseurs qui utilisent des données extra-financières dans leurs choix d'investissemnts (Kolk, 2003, 2004). Cette évolution du reporting a élargi le champ d'application des pratiques d'assurance traditionnelles (Wallage, 2000 ; Beets et Souther, 1999 ; Dixon et al., 2004), donnant naissance à la vérification des informations sociétales. A la suite de l'accroissement de cette pratique dans les entreprises, des études académiques ont également émergé.

Au niveau de l'analyse du contenu de la vérification, l'étude de Deegan et al. (2006) mettent en avant la variété dans le format de présentation et le contenu de ces comptes-rendus d'assurance au niveau international. Cette étude indique aussi que plusieurs types d'organisations effectuent cette vérification. Il peut s'agir des cabinets comptables, des consultants environnementaux, des consultants en management ou des ONG. De même, Igalens (2004b) a analysé les avis des vérificateurs sur les rapports de développement durable d'entreprises françaises relatifs à l'exercice 2002. Il apparaît que les missions de vérification sociétale utilisent des techniques largement empruntées à l'audit financier. En ce sens, la vérification sociétale est à l'origine d'un rapport de force entre différentes professions, comptables, consultants ou encore experts environnementaux. Ainsi, plusieurs études se sont concentrées sur l'analyse du type de vérificateur réalisant cette mission. Mock et al. (2007) ont réalisé une recherche à partir d'un échantillon de 130 entreprises internationales diffusant un rapport de développement durable entre 2002 et 2004. Leur analyse suggère que différentes caractéristiques inhérentes au niveau de vérification fourni sont positivement associées au type de vérificateur, confirmant qu'un niveau plus élevé de compétence existe chez les grands cabinets comptables dans le domaine de la vérification non-financière, par rapport à d'autres types de vérificateurs. Dans la même veine, Hodge et al. (2007) montrent que la confiance des utilisateurs dans l'information sociétale est accrue lorsque la vérification est effectuée par un membre de la profession comptable. Cependant, l'étude d'Aw et al. (2009) effectuée avec 74 entreprises cotées australiennes, montrent qu'en ce qui concerne la qualité de la diffusion d'informations, elle ne varie pas en fonction du vérificateur, qu'il soit un auditeur comptable ou un consultant. Toutefois, les auteurs trouvent que la qualité de la diffusion environnementale est supérieure pour les entreprises qui font vérifier leurs informations.

Des études empiriques essayent d'apprécier dans quelle mesure le type de fournisseurs d'assurance affecte la confiance et les perceptions de la fiabilité des rapports de développement durable (O'Dwyer et Owen, 2005 ; Hodge et al., 2007). Selon O'Dwyer et Owen (2005), les commissaires aux comptes adoptent une approche prudente et limitée tendant à fournir des niveaux d'assurance bas. A l'inverse, les consultants ont une approche plus évaluative et donnent en général des niveaux d'assurance plus élevés. Cependant, leur point de vue tend à servir la direction stratégique de l'entreprise, ce qui affecte leur indépendance. Il apparaît que l'assurance fournie par un commissaire aux comptes a un impact plus positif sur la perception de la fiabilité des rapports de développement que celle émise par un consultant (Hodge et al., 2007). Le recours à un expert privé, pour attester de la

sincérité des informations sociétales, pose le problème de la compétence. De plus, le problème de crédibilité à accorder aux vérificateurs, dont la mission est confiée et rémunérée par l'entreprise désirant réaliser une vérification externe, est présent. L'indépendance du vérificateur est également source de discussions dans la littérature (Igalens, 2004a).

D'autres recherches se sont intéressées au processus de vérification. Park et Brorson (2005) démontrent, dans un contexte suédois (28 entreprises suédoises sur la période 1990 à 2003), que le processus de vérification est souvent spécifique à l'entreprise et que le laps de temps entre les étapes varie en fonction de l'objectif et de l'étendue de l'engagement d'assurance. Ainsi, à l'aide d'entretiens réalisés auprès des entreprises et de vérificateurs, ainsi que de l'analyse des rapports environnementaux, les auteurs décrivent le processus de vérification et les tendances en la matière. Ils font remarquer l'augmentation des pratiques de vérification sociétale entre 1995 et 2003. De plus, les entreprises qui faisaient assurer leur rapport environnemental continuent avec leur rapport de développement durable. Les motivations pour recourir à une telle pratique sont également exposées par Park et Brorson (2005), il s'agit essentiellement d'un souci de crédibilité, de réponse aux attentes des parties prenantes ou encore d'amélioration du reporting interne et de la performance de l'entreprise. Ces résultats sont également confirmés dans le contexte français par l'étude menée par Gillet (2010) auprès des entreprises du CAC 40. Le coût de la vérification sociétale ou encore le manque de maturité du système de reporting sont des limites expliquant la réticence de certaines entreprises à réaliser cette vérification (Park et Brorson, 2005 ; Gillet, 2010).

La plupart des études académiques sur les pratiques de vérification dans le domaine sociétal sont rattachées à la littérature sur la comptabilité sociétale qui aborde la question de la crédibilité de la prestation de vérification sociétale (Adams et Evans, 2004). Ainsi, pour la plupart des auteurs, cette vérification permet de fiabiliser le reporting et de renforcer la confiance des utilisateurs dans l'information (Duong 2004 ; Igalens, 2004a ; Rivière-Giordano, 2007a et b). Kolk et Perego (2010) montrent dans leur recherche que la motivation des entreprises à faire vérifier leurs informations sociétales est d'accroître la crédibilité et la transparence de l'information sociétale divulguée, ceci afin d'augmenter la confiance des utilisateurs. De même, l'étude d'Hodge et al. (2007) expose que la présence d'un compte rendu d'assurance ou de vérification avec le rapport de développement durable engendre une plus forte fiabilité du rapport que lorsque l'assurance n'est pas fournie. Ainsi, selon Persais (2004, p.191), « *la vérification par un organisme indépendant permet d'améliorer la qualité,*

l'utilité et la crédibilité des rapports ». Selon Beets et Souther (1999), la vérification par une partie extérieure et indépendante à l'entreprise permet d'accroître la crédibilité du reporting sociétal. En effet, l'intervention d'une tierce partie, attestant d'une communication saine, est un moyen d'accroître la transparence de l'entreprise. Capron et Quairel (2001, p.66) précisent que « *la confiance accordée à l'information diffusée dépend très largement de la vérification par une tierce partie* ».

Cette nécessité de crédibiliser les informations sociétales pour un public interne et externe a accéléré le développement de cadres normatifs pertinents (Zadek et Raynard, 2004 ; Iansen-Rogers et Oelschlaegel, 2005). Ainsi, d'autres études ont analysé les standards en matière de vérification des informations sociétales (Beets et Souther, 1999). Pour le compte de KPMG et d'AccountAbility, Lansen-Rogers et Oelschlagel (2005) ont réalisé une étude comparative des normes AA1000AS et ISAE3000. La principale conclusion est que la combinaison des deux standards de vérification est susceptible d'apporter de meilleurs résultats que leur utilisation séparée. Ces normes ne sont donc pas en conflit mais au contraire complémentaires. Cette recherche met en avant le fait que leur complémentarité permet de fournir un processus de vérification solide et complet, pour satisfaire les attentes des utilisateurs. L'étude australienne de Hodge et al. (2009) a pour objectif d'étudier l'impact des rapports d'assurance sur la confiance des utilisateurs des rapports de développement durable. Ils soulignent que s'agissant de la norme ISAE3000, la terminologie ou la dénomination utilisée pour indiquer les niveaux d'assurance raisonnable et modéré, ne peuvent traduire le niveau attendu et contribuent donc à un écart dans l'attente de vérification. Elle montre que du fait de la formulation des intitulés des niveaux de vérification donnés par l'ISAE3000, le degré de confiance que l'utilisateur accorde au rapport de développement durable n'est pas affecté par la dénomination de ces différents niveaux.

Certains auteurs sont critiques par rapport à des points clés de ces nouvelles pratiques, étant donné le manque de transparence envers les publics externes et les groupes de parties prenantes (Gray and Bebbington, 2000 ; Dando and Swift, 2003 ; O'Dwyer, 2003). Comme le font remarquer Kolk et Perego (2010), les limites de la vérification concernent l'indépendance de l'évaluation (Ball et al., 2000), l'étendue de la vérification, les critères employés et les niveaux de vérification fournis (Adams et Evans, 2004 ; Deegan et al., 2006) et l'absence de participation des parties prenantes au processus (O'Dwyer et Owen, 2005). L'étude d'O'Dwyer et Owen (2007) analyse de façon critique les pratiques d'assurance. Elle consiste

à examiner les comptes rendus d'assurance des 51 entreprises nominées en 2003 pour les récompenses de l'ACCA UK (29 entreprises) et du « *European Sustainability Reporting Awards* » (22 entreprises). Les résultats mettent en évidence une absence continuelle d'implication des parties prenantes dans la pratique de vérification. Malgré des améliorations dues à l'utilisation de l'AA1000AS, le contrôle du management sur le processus prouve que les parties prenantes ne sont pas une préoccupation majeure. S'agissant de la réaction des investisseurs à la mise en place d'une vérification sociétale, les résultats de l'étude de Rivière-Giordano (2007a) apportent également des éléments critiques. L'objectif de cette recherche est de démontrer que l'audit environnemental, considéré comme garant de la fiabilité des informations environnementales, est supposé pouvoir contribuer à leur crédibilité et ainsi favoriser leur prise en compte dans les décisions d'investissements financiers. Si l'information environnementale semble pouvoir influencer favorablement la rentabilité boursière et les opportunités de croissance de l'entreprise, la sollicitation d'un audit environnemental, qui correspond essentiellement, pour l'année de l'étude (2004), à une vérification des procédures de collecte de l'information, contribue à envoyer un signal négatif aux investisseurs. De même, Gillet et Martinez (2010b) montre sur un échantillon d'entreprises française cotées (CAC40) que concernant la réaction du marché financier, la vérification sociétale ne semble associer à aucune variation anormale de cours. En l'absence d'impact positif sur la décision d'investissement, ces résultats suggèrent qu'une réflexion sur les facteurs explicatifs du recours à une vérification sociétale serait nécessaire.

Pour répondre à l'objectif de recherche, après avoir présenté de façon globale les études sur la vérification sociétale, il convient de revenir en détails sur les études portant sur les déterminants de cette vérification.

1.2.2 Les études portant sur les déterminants de la vérification sociétale

Les rares études sur les déterminants de la décision de recourir à une vérification sociétale sont majoritairement anglo-saxonnes, comme en témoignent les travaux de Herda et Taylor (2009), Simnett et al. (2009) et de Kolk et Perego (2010). Le tableau 7 récapitule ces trois recherches et présente les facteurs pris en compte.

Tableau 7 : Présentation des études empiriques sur les déterminants de la vérification sociétale

Etudes	Méthodologie de recherche	Déterminants de la vérification sociétale
Herda et Taylor (2009)	Analyse quantitative (régression logistique) sur un échantillon de 1 342 entreprises publiant un rapport de développement durable entre 2005 et 2008	Les facteurs étudiés concernent le risque de litiges liés à l'audit (variable « contentieux »), l'utilisation de standard GRI (variable « niveau de la GRI »), l'appartenance à un secteur d'activité sensible (variable « secteur ») et des variables de contrôle (variables : ROA, taille de l'entreprise et endettement).
Simnett, Vanstraelen et Fong Chua (2009)	Analyse quantitative (régression logistique) sur un échantillon de 2 113entreprises pour la période de 2003 à 2004	L'étude identifie plusieurs variables, il s'agit de variables représentant la qualité de l'environnement légal et mesure les règles de droit (variable notée « légal »), le secteur d'activité, l'appartenance à un pays de droit écrit ou jurisprudentiel (mesure l'orientation actionnariale ou partenariale du pays) et des variables de contrôles (taille de l'entreprise, performance financière de l'entreprise et endettement).
Kolk et Perego (2010)	Analyse quantitative (régression logistique) sur un échantillon de 212 entreprises pour les années 1999, 2002 et 2005	Les facteurs analysés sont l'appartenance de l'entreprise à un pays de la « commun law » ou de la « code law », la qualité de l'environnement légal, la variation dans les régimes des pays en ce qui concerne des aspects sociétaux liés à des facteurs institutionnels (mesuré par l'indice « National Corporate Responsibility Index » établi par l'AccountAbility), la taille de l'entreprise et le secteur d'activité.

- L'étude d'Herda et Taylor (2009)

Herda et Taylor (2009) proposent d'examiner les déterminants de la vérification des rapports de développement durable, et pour les entreprises qui mettent en place une telle pratique, les facteurs associés au choix du vérificateur. Deux séries d'hypothèses sont donc testées : une série d'hypothèses relative à la décision de faire vérifier les informations sociétales et une seconde relative au choix du vérificateur. L'hypothèse 1 prévoit que les entreprises opérant dans des secteurs plus régulés et soumises à l'examen des médias, sont plus enclines à faire vérifier leur rapport. L'hypothèse 2 considère que les entreprises domiciliées dans des pays où les risques de litiges liés à l'audit sont élevés, seront moins enclines à la vérification.

Selon l'hypothèse 3, les entreprises préparant leur rapport de développement durable à partir des standards recommandés seront plus incitées que les autres à mettre en place une vérification. L'hypothèse 4 suggère que les entreprises qui font vérifier leur rapport et qui opèrent dans des secteurs régulés et sujets à l'examen des médias, font vérifier par des cabinets d'audit. Selon l'hypothèse 5, les entreprises qui font vérifier leur rapport et qui opèrent dans des pays avec des risques de litiges plus élevés, seront moins enclines que les autres à faire vérifier par des cabinets d'audit. Enfin, l'hypothèse 6 prévoit que les entreprises qui font assurer leur rapport et qui le préparent en accord avec les standards seront plus enclines à faire vérifier par des cabinets d'audit.

Pour effectuer leur analyse, les auteurs utilisent un échantillon de 1 342 rapports de 500 entreprises sur la période 2005 à 2008 (4ans). Les résultats de cette étude suggèrent que le risque de litiges associé à chaque pays, l'application de standards de reporting, ainsi que l'appartenance au secteur peuvent influencer le recours à une vérification et le choix du vérificateur. Plus précisément et conformément aux prédictions, les facteurs influençant la décision de recourir à une vérification sociétale sont l'existence d'un secteur soumis à une régulation plus intense et la vigilance des médias, l'utilisation de standards recommandés, ainsi que la domiciliation dans des pays où le risque de litiges liés à l'audit est moins élevé. S'agissant du choix du vérificateur, le fait de faire vérifier les informations sociétales par un cabinet d'audit est associé à l'appartenance de l'entreprise à un secteur soumis à une régulation plus intense et à la vigilance des médias, ainsi qu'à l'utilisation des lignes directrices des standards. Enfin, les auteurs démontrent que la décision de faire vérifier les informations sociétales par un cabinet d'audit est également associée à la domiciliation des entreprises dans des pays où le risque de litiges liés à l'audit est moins élevé.

- L'étude de Simnett, Vanstraelen et Fong Chua (2009)

L'étude de Simnett et al. (2009) a pour objectif, dans un premier temps, de mettre en évidence les caractéristiques associées à la décision de faire vérifier les rapports de développement durable, et dans un second temps, d'identifier les caractéristiques associées à la décision de recourir à un membre de la profession comptable pour réaliser cette vérification. Il s'agit de mieux comprendre le marché émergeant de la vérification et en particulier le rôle de celle-ci pour établir la crédibilité de l'entreprise. Les auteurs supposent que le besoin des entreprises de renforcer leur crédibilité par la mise en place d'une vérification sociétale ainsi que le choix du vérificateur seront fonction du secteur d'activité de l'entreprise et de facteurs associés au

pays dans lequel elles opèrent. Pour ce faire, un échantillon de 2 113 entreprises provenant de 31 pays sur une période allant de 2003 à 2004 est mobilisé. Pour tester leurs hypothèses, les auteurs utilisent des régressions logit séquentielles. Les résultats de l'étude confirment les prédictions faites par les auteurs : la mise en place d'une vérification sociétale est plus élevée dans les entreprises dont le besoin de crédibilité est plus important. La demande de vérification est en effet plus forte dans les entreprises exerçant une activité industrielle plus visible et donc les entreprises ayant une plus grande empreinte sociale, ainsi que dans celles appartenant aux secteurs de la finance, des mines et des services aux collectivités. Les auteurs constatent également que les entreprises exerçant leur activité dans des pays orientés parties prenantes sont plus susceptibles de faire vérifier leur rapport de développement durable. Cependant, la diminution de l'importance de cette variable, au cours de la période de l'étude, suggère que ce facteur est moins important en 2004 qu'il ne l'était en 2002 ; cela en raison de l'évolution et d'une plus grande acceptation de ce service de vérification sur le marché mondial au cours de cette période.

En ce qui concerne le choix du vérificateur, les auteurs ne trouvent pas de relation entre le choix d'un membre de la profession comptable et l'appartenance à un pays à faible environnement juridique ou à des secteurs sensibles. Ainsi, pour les entreprises ayant un besoin de renforcer leur crédibilité, la décision de faire vérifier l'information contenue dans les rapports de développement durable est la plus importante, et ceci, que le prestataire soit un membre de la profession comptable ou non. Cependant, les résultats de cette étude montrent que le choix du prestataire de la vérification est associé au fait que le pays de domiciliation soit orienté parties prenantes. Les entreprises domiciliées dans ces pays seront plus susceptibles que les autres de choisir un comptable pour réaliser la mission de vérification. Cette constatation montre l'importance de tenir compte des caractéristiques propres à chaque pays dans la compréhension du marché international de la vérification.

- L'étude de Kolk et Perego (2010)

La recherche menée par Kolk et Perego (2010) vise à étudier, dans un contexte international, les facteurs associés à la mise en place une vérification des informations sociales et environnementales. D'un point de vue méthodologique, les chercheurs proposent de se focaliser sur un ensemble de facteurs institutionnels pour expliquer l'adoption de telles pratiques parmi 212 entreprises du Fortune Global 250 pour les années 1999, 2002 et 2005. L'analyse a été réalisée à l'aide de régressions logistiques poolées. Les résultats suggèrent que

les entreprises européennes et japonaises produisent le plus grands nombre de rapports d'assurance dans les secteurs traditionnels, mais aussi dans le secteur bancaire et de l'assurance. Le faible pourcentage des entreprises U.S est dû à un taux de litiges élevé. Le Royaume-Uni a un taux élevé de reporting et d'assurance qui est dû aux encouragements par la régulation et à la pression sociétale. De plus, les résultats montrent que la demande de vérification est influencée par l'environnement légal. Ainsi, les mécanismes d'audit et de gouvernance peuvent être des substituts lorsque les mécanismes institutionnels nationaux sont faibles ou absents. Enfin, la demande de vérification dépend du niveau de prise de conscience par rapport aux problématiques du développement durable dans le pays.

En résumé, les résultats de cette étude prouvent que les entreprises, opérant dans des pays qui sont plus orientés parties prenantes et ont un régime d'application de gouvernance plus faible, sont plus enclines à adopter une vérification de leurs informations sociétales. De plus, la demande de vérification est plus grande dans les pays où les pratiques de RSE sont facilitées par le marché et par des mécanismes institutionnels. Enfin, le choix d'un grand cabinet comptable pour vérifier les rapports est plus important dans les pays orientés actionnaires et qui ont un niveau de litiges plus faible.

2. LES LIMITES DES ETUDES SUR LA VERIFICATION SOCIETALE

Nous soulignons les limites relatives aux études portant sur la vérification des informations sociétales précédemment présentées. Il s'agit de critiques méthodologiques (2.1) et théoriques (2.2).

2.1. LES LIMITES METHODOLOGIQUES

Plusieurs limites méthodologiques sont observées dans les études analysant les facteurs explicatifs de la mise en place d'une vérification sociétale. Il s'agit notamment de limites liées à la nature des échantillons et des données utilisées. Les méthodes empiriques employées pour réaliser ce type de recherches peuvent également être critiquées.

Les études portant sur les déterminants de la mise en place d'une vérification sociétale, se situent toutes dans un contexte de recherche international. Ainsi, comme le font remarquer Kolk et Perego (2010), le manque de données disponibles, sur plusieurs pays et périodes, est

une contrainte importante pour la conduite de ces études, qui freine l'élargissement de l'analyse à d'autres facteurs explicatifs. Les bases de données disponibles ne fournissent pas toujours toutes les informations demandées. Il est donc souvent difficile pour ces chercheurs de se procurer des données provenant de pays étrangers. De plus, les données non traduites en anglais ne peuvent être introduites dans ces analyses, il s'agit par exemple de rapports de développement durable japonais (Simnett et al., 2009). D'autre part, les auteurs reconnaissent que l'intégration d'entreprises non cotées et de plus petite taille, serait intéressante mais l'accessibilité aux données est encore plus contraignant de par la taille et le caractère international de ces études (Herda et Taylor, 2009 ; Simnett et al., 2009 ; Kolk et Perego, 2010).

Pour répondre à leur question de recherche, les auteurs ont mis en œuvre des méthodologies quantitatives. Il s'agit de régressions logistiques dont la variable explicative est la mise en place ou non d'une vérification sociétale. Cependant, comme le font remarquer Kolk et Perego (2010), ces études sur les déterminants de la vérification sociétale ont un caractère exploratoire qui mériterait l'utilisation d'autres méthodologies de recherche. En effet, comme suggéré par Park et Brorson (2005) et repris dans les voies de recherche par Kolk et Perego (2010), la recherche de terrain sur l'interaction entre les préparateurs du rapport de développement durable, les vérificateurs et les parties prenantes intéressées est également justifiée. Ceci permettrait de mieux appréhender le processus de vérification et comprendre comment il prend place et affecte la crédibilité de l'information diffusée. Enfin, des études qualitatives permettraient de faire émerger de nouveaux facteurs explicatifs. Il peut s'agir d'investiguer, par exemple, les aspects individuels des responsables de développement durable, qui agissent comme des moteurs importants de la décision de recourir à une vérification sociétale (Crawford, 2007). Ces aspects individuels peuvent être par exemple l'expérience professionnelle ou la personnalité des dirigeants. L'utilisation unique de méthodologies quantitatives est donc un frein majeur à ces recherches à caractère exploratoire. Cependant, d'autres limites d'ordre théorique peuvent également être soulignées.

2.2. LES LIMITES THEORIQUES ET LES VOIES DE RECHERCHE

Les études portant sur la mise en place d'une vérification sociétale partagent des traits et des caractéristiques semblables qui forment également leur limite. Après avoir présenté les limites méthodologiques, les limites théoriques sont également abordées.

Tout d'abord, les études étant très récentes et peu nombreuses, la littérature à laquelle se rattache les auteurs est parfois diverse et issue de contextes différents. Il est donc nécessaire d'affiner le cadre théorique des déterminants de la vérification sociétale (Kolk et Perego, 2010). De plus, les facteurs explicatifs utilisés dans ces recherches empiriques sont restreints. D'autres facteurs explicatifs mériteraient d'être étudiés. Par exemple, Kolk et Perego (2010) proposent d'introduire dans de futures recherches différents mécanismes de gouvernance d'entreprise, afin d'évaluer leur capacité à expliquer la variation de la demande d'une vérification sociétale. La composition du conseil d'administration peut, par exemple, être étudiée dans des futures recherches comme cela est fait par Gillet et Martinez (2004a et b). Ainsi, les données sur l'implication du conseil d'administration dans des questions sociétales peuvent également être ajoutées comme prédicteurs de la décision de vérification sociétale. De même, il serait intéressant d'examiner empiriquement le recours à une vérification sociétale par rapport à la performance sociale et environnementale d'une entreprise et aux pressions des parties prenantes. L'absence de prise en compte des aspects réglementaires et normatifs est également une limite. Les recherches futures devraient analyser spécifiquement l'impact des différents régimes juridiques et réglementaires dans le domaine sociétal en combinaison avec l'adoption de normes de vérification. De telles recherches pourraient contribuer à des approches comparatives visant à élaborer un cadre prédictif détaillé pour les systèmes nationaux (Matten et Moon, 2008). L'absence de divers facteurs prédictifs est donc une limite majeure aux recherches précédentes. Cette limite peut s'expliquer par l'utilisation pour la plupart de ces études d'un cadre théorique unique. Or, il semble établi que l'adoption de pratiques de vérification sociétale est influencée par plusieurs facteurs (Simnett et al., 2009 ; Kolk et Perego, 2010), notamment organisationnels et institutionnels, issus des théories à la fois contractuelles et néo-institutionnelles. L'utilisation de cadres théoriques multiples permet donc d'appréhender tous les facteurs explicatifs de la mise en place de vérification sociétale. Ainsi, la limite liée à l'absence de prise en compte de certains facteurs explicatifs, inhérente à l'utilisation d'un cadre théorique unique, est importante. Pour pallier cette limite, la prise en compte des contextes internes et externes aux entreprises, à partir de socles théoriques différents mais complémentaires, semble être un moyen avisé d'étudier la mise en place d'une vérification sociétale.

CONCLUSION DU CHAPITRE 2

Ce chapitre a eu pour objectif de présenter l'objet de notre recherche : la vérification des informations sociétales. Ainsi, la vérification sociétale a été étudiée comme un mécanisme permettant de crédibiliser le reporting sociétal. Dans un premier temps, le cadre conceptuel a été exposé, dans un second temps, le cadre normatif de la vérification sociétale a fait l'objet d'une présentation, et enfin dans un troisième temps, nous avons présenté la littérature académique s'y référant.

La première section a consisté à présenter le cadre conceptuel de la vérification des informations sociétales. Les origines et étymologies des différentes appellations utilisées dans la littérature ont permis de mieux cerner et justifier l'utilisation du terme « vérification » pour qualifier la pratique étudiée. La vérification sociétale est présentée comme s'insérant dans une démarche plus large, comportant différentes étapes, allant de la décision de recourir à un reporting sociétal (mise en place d'indicateurs sociétaux), à une vérification de ces informations. La dernière étape de cette démarche se conclue par la publication d'informations sociétales vérifiées par un tiers extérieur et indépendant (Antheaume, 2003 ; Park et Brorson, 2005). Ainsi, en fiabilisant l'information sociétale diffusée, la vérification est perçue comme un mécanisme permettant d'augmenter la confiance des utilisateurs de cette information (Zadek et al., 2004 ; Deegan et al., 2006 ; Rivière-Giordano, 2007a et b).

A la suite de la présentation du cadre conceptuel de la vérification sociétale, le cadre normatif a fait l'objet d'un développement. Comme le fait remarquer Rivière-Giordano (2007a), alors que tout audit est censé vérifier la fiabilité de l'information diffusée par les entreprises en référence à une norme, la vérification sociétale semble être sous-normalisée par rapport à celle de son homologue financier. Pour tenter de pallier ce manque d'encadrement, plusieurs organismes internationaux ont mis en place des principes pouvant servir de cadre à ces pratiques. Les lignes directrices de la Global Reporting initiative (GRI), l'Assurance Standard AA1000AS et l'ISAE3000 (International Standard on Assurance Engagement) semblent être les principes les plus reconnus en la matière. Ces divers standards utilisables dans la mise en place d'une vérification des informations sociétales ne sont pas en conflit. Au contraire, dans un souci de structuration, leur combinaison est envisagée (Lansen-Rogers & Oelschlaegel, 2005).

Ce chapitre a également tenté de présenter la littérature existante et les recherches antérieures sur notre sujet de recherche. Il s'agissait d'identifier les études portant sur la mise en place de pratiques de vérification des informations sociétales. Un constat a été fait sur le peu de littérature spécifique aux déterminants de la vérification des informations sociétales. En effet, les premières recherches portant sur cet objet de recherche ont essentiellement analysé et décrit le processus de vérification, les différents niveaux utilisés et le type de prestataire réalisant la mission (Wallage, 2000 ; Park et Brorson, 2005 ; Deegan, Cooper et Shelly, 2006 ; Deegan et al., 2007 ; Mock et al., 2007 ; O'Dwyer et Owen, 2007). Très récemment des études en majorité anglo-saxonnes se sont penchées sur la question des facteurs explicatifs de cette vérification (Herda et Taylor, 2009 ; Simnett et al., 2009 ; Kolk et Perego, 2010). Ce travail théorique a également permis d'identifier certaines limites des études antérieures. Tout d'abord, ces études sont uniquement internationales, ce qui rend l'accessibilité aux données contraignant et parfois impossible. Ensuite, les études sur les déterminants ont omis plusieurs facteurs explicatifs importants du recours à cette pratique, tels que des facteurs de gouvernance interne excepté l'étude de Gillet et Martinez (2004a et b). Enfin, l'utilisation d'un cadre théorique unique limite l'étude de la vérification sociétale. L'utilisation de plusieurs cadres théoriques permettrait de résoudre certaines de ces limites et donnerait un atout majeur à ces études.

CHAPITRE 3 - PRESENTATION DU DOUBLE CADRE THEORIQUE UTILISE POUR ETUDIER LA VERIFICATION SOCIETALE

CHAPITRE – 3

Présentation du double cadre théorique utilisé pour étudier la vérification sociétale

Introduction

SECTION 1- REVUE DE LA LITTERATURE DES CADRES THEORIQUES UTILISES EN COMPTABILITE SOCIETALE

1. Un corpus théorique riche

2. Les deux cadres théoriques et leur combinaison

SECTION 2 – DEUX APPROCHES THEORIQUES DOMINANTES POUR ETUDIER LA VERIFICATION SOCIETALE

1. Approche contractuelle de la vérification sociétale

2. Approche néo-institutionnelle de la vérification sociétale

SECTION 3 – JUSTIFICATION DE L'UTILISATION D'UN DOUBLE CADRE THEORIQUE POUR LA RECHERCHE

1. Limites des cadres théoriques mobilisés

2. Apports de l'utilisation d'un double cadre théorique

Conclusion

INTRODUCTION DU CHAPITRE 3

L'objectif de ce chapitre est d'identifier les cadres théoriques pouvant être mobilisés dans les recherches sur la vérification des données sociétales, et de montrer l'intérêt de mobiliser un double cadre théorique.

Quels sont les cadres théoriques pouvant servir d'assise à l'étude de la mise en place par l'entreprise de vérification de leurs informations sociétales ?

Nous identifierons les cadres théoriques mobilisés dans le champ de la comptabilité sociétale et plus précisément du reporting sociétal. Ensuite, nous verrons dans quelle mesure il est possible de transposer ces théories dans le cadre de la vérification des informations sociétales.

Il semble que deux cadres théoriques soient mobilisés dans la littérature : d'une part, les théories contractuelles qui considèrent l'entreprise comme un nœud de contrats où des conflits existent entre les acteurs (Jensen et Meckling, 1976), et d'autre part, les théories néo-institutionnelles où les organisations agissent en réponse à des pressions institutionnelles dans un objectif d'obtention de légitimité (DiMaggio et Powell 1983).

L'utilisation dominante des théories contractuelles et des théories néo-institutionnelles dans les études portant sur la comptabilité sociétale, nous a amené à choisir ce double cadre théorique. L'intérêt était donc de pouvoir appréhender la vérification sociétale sous deux angles d'approches différents, mais pouvant aussi être complémentaires, pour expliquer le choix des entreprises à mettre en place une vérification sociétale.

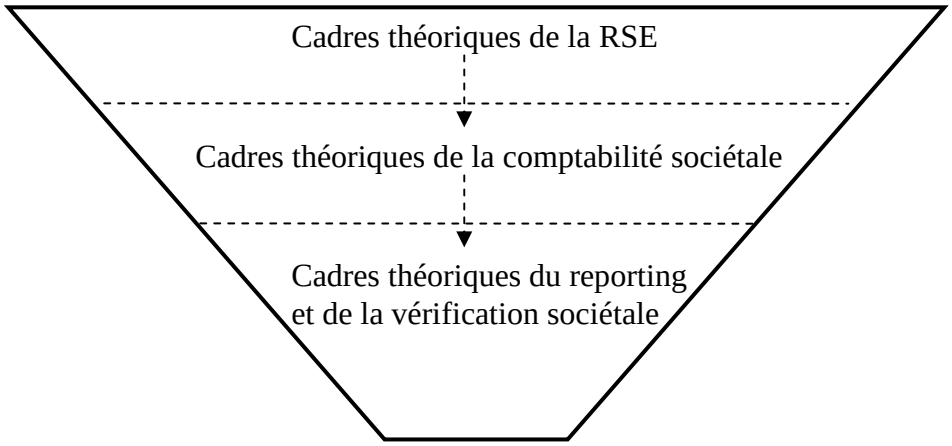
Nous débuterons le chapitre par la revue des différentes théories utilisées pour étudier la mise en place dans les entreprises d'une comptabilité sociétale, en constatant que le corpus théorique est riche et que les cadres théoriques peuvent donc être complémentaires (section 1). Ensuite nous présenterons les deux approches majeures: les théories contractuelles de la firme et les théories néo-institutionnelles. Nous décrirons les apports de chacune de ces théories pour la vérification sociétale (section 2). Pour finir, nous justifierons l'utilisation d'un double cadre théorique en exposant les limites de chacun des cadres utilisés et nous présenterons les contributions de ce double cadre pour l'étude de la mise en place d'une vérification sociétale (section 3).

SECTION 1 – REVUE DE LA LITTERATURE DES CADRES THEORIQUES UTILISES EN COMPTABILITE SOCIETALE

Nous étudions la mise en place par les entreprises d'une vérification de leurs informations sociétales. Cet objet de recherche s'inscrit dans le champ de la comptabilité sociétale. La vérification sociétale étant peu étudiée, nous allons revenir sur les cadres théoriques s'inscrivant dans le champ plus large de la comptabilité sociétale et pouvant donc étayer les recherches sur la vérification sociétale. En effet, comme nous l'avons défini précédemment (cf. chapitre 1, section 1), la comptabilité sociétale est « *utilisée comme terme générique regroupant toutes les formes de comptabilité qui s'étendent à des domaines allant au-delà de la comptabilité économique et sont regroupées sous les termes : comptabilité de la responsabilité sociétale, audits sociétaux, reporting sociétal, reporting sur les employés, reporting sur le dialogue avec les parties prenantes, comptabilité et reporting environnemental* » (Gray, 2002). Le processus de diffusion d'informations sociétales et de leur vérification peut donc se rattacher au champ de la comptabilité sociétale et à ses différents cadres théoriques.

Ainsi, comme le montre la figure suivante, les cadres théoriques mobilisés dans la présente recherche sont issus des cadres généraux de la RSE qui comprennent ceux de la comptabilité sociétale dans lesquels s'inscrivent les cadres théoriques du reporting et de la vérification sociétale. La figure 28 ci-dessous illustre ces éléments.

Figure 28 : Glissement de cadres théoriques généraux
vers des cadres théoriques plus restrictifs



L'objet de recherche *la vérification des informations sociétales* peut donc être étudié au regard du champ d'étude plus général de la comptabilité sociétale. Ainsi, il s'agit d'explorer les théories pertinentes pour la recherche qui ne se rapportent pas directement à l'objet de recherche, mais au champ plus large de la comptabilité sociétale et, ainsi, de procéder par analogie entre plusieurs domaines théoriques (Thietart, 2007). Pour ce faire, nous décrirons en premier lieu les cadres théoriques utilisés (1), puis nous décrirons la complémentarité de ces différents cadres (2).

1. UN CORPUS THEORIQUE RICHE

De nombreux articles théoriques s'attachent à classer, de diverses manières, les approches théoriques couramment utilisées en comptabilité environnementale et sociale. Cette partie a pour objectif de présenter une synthèse des cadres théoriques utilisés dans les divers travaux concernant le domaine de la comptabilité sociétale.

Antheaume et Teller (2001) regroupent les théories utilisées en comptabilité sociétale en trois approches : l'approche critique, l'approche normative et l'approche interprétative. Pour classer ces approches, les auteurs utilisent deux dimensions : l'acceptation ou non de l'ordre social et l'acceptation ou non d'un modèle « normatif » du fonctionnement des sociétés humaines. L'ordre social est constitué par l'ensemble des comportements des individus qui trouvent un équilibre entre leurs intérêts particuliers. La conception normative du fonctionnement de la société repose sur le modèle selon lequel les normes sociales sont le moteur des actions individuelles. Ces normes sociales agissent tel un pouvoir de coercition sur les pratiques individuelles.

Les auteurs s'inspirent de travaux antérieurs issus de recherches en théorie des organisations, en théorie comptable et sur l'étude de la diffusion d'informations environnementales (Burrell et Morgan, 1979 ; Cooper, 1983 ; Hopper et Powell, 1985 ; Chua, 1986), pour présenter un classement des théories explicatives de la comptabilité environnementale. Cela montre que certaines théories peuvent être adaptées à des contextes particuliers. Le tableau d'Antheaume et Teller (2001) est repris par de nombreux auteurs pour illustrer et introduire les théories en comptabilité sociétale (Oxibar, 2003 ; Damak-Ayadi, 2004 ; Ben Rhouma, 2008).

Le tableau 8 ci-dessous présente les trois approches théoriques identifiées par Antheaume et Teller (2001).

Tableau 8 : Les approches théoriques utilisées pour étudier la comptabilité sociétale

Approches	Théories	Ordre social	Conceptions
Approche **critique**	Théories politiques et économiques de l'information	Refus de l'ordre social existant	Conception normative du fonctionnement de la société
Approche **normative**	Théorie de l'agence, théorie positive, théorie de l'utilité de l'information pour l'utilisateur	Acceptation de l'ordre social	Conception normative du fonctionnement de la société
Approche **interprétative**	Théorie de la légitimité, théorie des parties prenantes	Acceptation de l'ordre social	Pas de conception normative du fonctionnement de la société

Source : Construit d'après Antheaume et Teller (2001).

L'approche critique dans laquelle sont insérées les théories politiques et économiques de l'information postule que « *les entreprises ont des fonctions ou des contraintes structurelles qui dictent leur comportement et leur rôle dans la société, indépendamment de toute considération d'ordre moral, social ou éthique* » (Antheaume et Teller, 2001).
L'approche normative regroupe la théorie de l'agence, la théorie positive et la théorie de l'utilité de l'information pour l'utilisateur. Cette approche reprend le postulat de la théorie néoclassique et considère « *que la société possède un mode de fonctionnement mécaniste qui tend vers un équilibre* » (Antheaume et Teller, 2001).
Enfin, l'approche interprétative qui comprend la théorie de la légitimité et la théorie des parties prenantes ne remet pas en cause directement l'ordre social mais vise à produire des schémas de compréhension fondés sur l'observation permettant de comprendre la comptabilité sociétale (Antheaume et Teller, 2001).

Tout d'abord, nous présenterons le panorama des études empiriques antérieures (1.1). Au vu de la présentation de ces différentes études, deux cadres majeurs ont été retenus et seront successivement présentés : le cadre général des théories contractuelles (1.2) et le cadre général des théories néo-institutionnelles (1.3).

1.1. PANORAMA DES ETUDES EMPIRIQUES

Nous observons que de nombreuses théories sont mobilisées dans la littérature pour étudier la comptabilité sociétale. Pour tenter de clarifier l'approche théorique adoptée, nous répertorions de façon chronologique les recherches empiriques ayant étudié la comptabilité sociétale (reporting sociétal et vérification sociétale) et nous mentionnons le(s) cadre(s) théorique(s) mobilisé(s). Les études en comptabilité sociétale étant nombreuses, nous avons sélectionné les articles présentés dans le tableau ci-dessous en fonction de leur pertinence au regard de notre problématique de recherche. Le tableau suivant présente le panorama des études empiriques en comptabilité sociétale.

Tableau 9 : Présentation chronologique des études empiriques en comptabilité sociétale

Etudes	Thèmes de la recherche	Cadres théoriques utilisés
THESES		
Pellé-Culpin (1998)	La diffusion d'informations environnementales par les entreprises européennes	Théories des parties prenantes
Decock-Good (2000)	Les déterminants de la responsabilité sociétale des entreprises : le cas du mécénat	Théorie des parties prenantes et théorie de la légitimité
Hibbit (2003)	La diffusion externe d'informations environnementales dans les entreprises européennes : analyse économique, sociale et politique des comportements managériaux	Théorie économique de l'agence, théorie managériale des parties prenantes et théorie de la légitimité organisationnelle
Oxibar (2003)	La diffusion d'informations sociétales dans les rapports annuels et les sites Internet des entreprises françaises	Théorie politico-contractuelle
Park (2004)	Implication des parties prenantes dans la vérification par une tierce partie des rapports de développement durable	Théories des parties prenantes
Damak-Ayadi (2004)	La publication des rapports sociétaux par les entreprises françaises	Théorie des parties prenantes
Rivière-Giordano (2007a)	Qualité des informations environnementales et audit environnemental	Théories de la gouvernance d'entreprise
Ben Rhouma (2008)	Etude des déterminants de la divulgation environnementale et sociale des entreprises françaises	Théorie économique (coûts/bénéfices) et théorie de la légitimité
ARTICLES DE RECHERCHE		

Bowman et Haire (1975)	Etude de la relation entre performance financière et diffusion d'informations sociétales	Théorie positive
Trotman et Bradley (1981)	Etude de l'association entre la diffusion d'informations sociétales et les caractéristiques des entreprises	Théorie positive de la comptabilité
Ullmann (1985)	Analyse des relations entre la diffusion d'informations sociétales et le niveau de performance sociétale et économique des entreprises	Théorie des parties prenantes
Guthrie et Parker (1989)	Etude de la diffusion d'informations sociétales à travers la théorie de la légitimité	Théorie de la légitimité
Belkaoui et Karpik (1989)	Les déterminants de la décision de diffuser des informations sociales	Théorie économique : théorie positive de la comptabilité
Zeghal et Ahmed (1990)	Comparaison des diffusions d'informations sociétales d'entreprises canadiennes issues du secteur bancaire et pétrolier à travers différents supports de communication	Théorie des parties prenantes
Ness et Mirza (1991)	Etude du lien entre le secteur d'activité des entreprises et leur niveau de diffusion d'informations sociétales	Théorie économique : Théorie de l'agence
Patten (1991, 1992)	Etude des variations dans la divulgation de l'information sociale des entreprises en fonction de la pression du public ou de la profitabilité	Théorie de la légitimité
Roberts (1992)	Tester la capacité de la théorie des parties prenantes à expliquer les diffusions d'informations sociétales	Théorie des parties prenantes
Blacconière et Patten (1994)	Examen de la réaction du marché des entreprises de l'industrie chimique quant à l'apparition d'une catastrophe écologique	Théorie positive de la comptabilité
Lindblom (1994) Cité par Gray et al. (1995)	Etude de l'implication de la légitimité dans la diffusion d'informations sociétales et pour la performance sociétale	Théorie de la légitimité
Cormier et Magnan (1996)	Etude de l'impact de la diffusion d'informations environnementales à travers le bilan environnemental sur la valorisation boursière des entreprises	Théorie des coûts/ bénéfices
Deegan et Gordon (1996)	Etude des relations entre le niveau de diffusion d'informations environnementales et la sensibilité environnementale (groupes de pression) des entreprises australiennes	Théorie de la légitimité
Deegan et Rankin (1996)	Analyse des politiques de diffusion d'informations environnementales d'entreprises australiennes ayant fait l'objet de poursuites par des agences de protection de l'environnement au cours de la période 1990-1993	Théorie de la légitimité
Deegan et Rankin (1997)	Etude de l'utilité dans la prise de décision de divers utilisateurs des informations environnementales diffusées dans les rapports annuels par rapport à d'autres types d'informations notamment sociales et financières	Théorie des parties prenantes et théorie de l'utilité de l'information

Li, Richardson et Thornton (1997)	Etude de la résistance des entreprises à communiquer des informations environnementales due au contexte d'incertitude légal, technique et politique qui complique l'évaluation de leur responsabilité environnementale	Théorie des coûts et bénéfices de l'information
Adams, Hill et Roberts (1998)	Analyse des facteurs influençant la diffusion d'informations sociétales dans les rapports annuels des entreprises européennes	Théorie de la légitimité
Brown et Deegan (1998)	Etude du lien entre le niveau de diffusion d'informations environnementales contenu dans les rapports annuels et la couverture médiatique des effets environnementaux de l'activité des entreprises appartenant à différentes industries supposées avoir un impact environnemental important	Théorie de la légitimité Théorie du « *media agenda setting* »
Elliott et Patton (1998)	Etude du rôle de la réglementation dans la décision de faire réaliser un audit environnemental	Théorie des coûts /bénéfices
Neu, Warsame et Pedwell (1998)	Compréhension du rôle et du fonctionnement des divulgations environnementales à travers l'influence des pressions extérieures, les caractéristiques de la divulgation environnementale et l'association entre la divulgation et la performance	Théorie de la légitimité organisationnelle : Théorie de l'« *impression management* »
Cormier et Magnan (1999)	Etude des déterminants du reporting environnemental des entreprises canadiennes soumises aux règlements de conformité de pollution de l'eau au cours de la période 1986 - 1993	Théorie des coûts et bénéfices de l'information
Cormier et Gordon (2001)	Examen des stratégies de reporting social et environnemental	Théorie de la légitimité Théorie des coûts et bénéfices de l'information
Richardson et Welker (2001)	Etude de la relation entre la diffusion d'informations sociétales, financières et le coût du capital des entreprises canadiennes de 1990 à 1992	Théorie économique des coûts et bénéfices de l'information
O'Donovan (2002)	Etude des stratégies de diffusion des informations environnementales	Théorie de la légitimité
Cormier, Gordon et Magnan (2004)	Examen de la perception des besoins des parties prenantes par les responsables environnementaux et de la traduction de ces perceptions dans l'information environnementale	Théorie de la légitimité et théorie des parties prenantes
Cormier et Magnan (2004)	Etude du niveau de diffusion d'informations environnementales sur le Web et de ses déterminants	Théorie des coûts et bénéfices de l'information
Cormier, Magnan et Van Velthoven (2005)	Etude de la qualité de la divulgation environnementale dans les grandes entreprises Allemandes	Théorie positive comptable, théorie socio-politique et théorie institutionnelle
O'Dwyer et Owen (2005)	Examen des pratiques d'assurance afin de voir dans quelle mesure elles font ressortir la transparence et la fiabilité pour les parties prenantes	Théorie des parties prenantes

Aerts, Cormier et Magnan (2006)	Analyse de la diffusion d'informations environnementales d'entreprises Françaises, Canadiennes et Allemandes à la lumière des théories néo-institutionnelles	Théorie institutionnelle
O'Dwyer et Owen (2007)	Examen de la participation des parties prenantes dans les pratiques de vérification sociétale	Théorie des parties prenantes
Zeghal et Dammak (2007)	La divulgation de l'information environnementale dans les rapports annuels : une étude comparative des multinationales américaines et européennes	Théorie de l'agence et théorie des signaux
Bellini et Delattre (2007)	Analyse de l'influence de la communication d'informations environnementales sur le cours de bourse	Théorie des signaux
Aerts, Cormier et Magnan (2008)	Analyse de la dynamique informationnelle entre la divulgation environnementale, les marchés financiers et les pressions du public	Théorie économique des coûts/bénéfices et théorie de la pression du public
Déjean et Martinez (2008)	Etude de l'impact sur le coût des fonds propres de la divulgation volontaire d'informations environnementales	Théorie des coûts et bénéfices de l'information
Aerts et Cormier (2009)	Examen de l'impact de la diffusion d'informations environnementales dans les rapports annuels et dans les communiqués de presse comme des outils de légitimation des entreprises	Théorie de la légitimité
Simnett, Vanstraelen et Chua (2009)	Etude des facteurs associés à la décision de publier un rapport de développement durable, de faire vérifier ce rapport et les facteurs associés au choix du vérificateur	Théorie de l'agence
Aw, Moroney et Windsor (2009)	Etude de l'impact de la mise en place d'une vérification sur la qualité des informations environnementales diffusées par les entreprises	Théorie de la légitimité Théorie des parties prenantes Théorie positive de la comptabilité
Herda et Taylor (2010)	Analyse des déterminants de la mise en place d'une vérification sociétale et du choix du vérificateur	Théorie positive de la comptabilité
Kolk et Perego (2010)	Examen des facteurs associés à la décision de faire vérifier les rapports de développement durable	Théorie de l'agence Théorie de la légitimité

Le tableau précédent n'est pas exhaustif mais permet une lecture panoramique des théories utilisées dans les recherches en comptabilité sociétale (cf. Tableau 11 : Les deux principaux cadres théoriques utilisés en comptabilité sociétale, p.163).

Nous observons que les études empiriques sur la vérification sociétale ne sont que très récentes. Depuis 2009, les chercheurs anglo-saxons (Simnett et al., 2009 ; Herda et Taylor,

2010 ; Kolk et Perego, 2010 ; Gillet et Martinez, 2004a et b) commencent à s'intéresser aux facteurs expliquant la mise en place d'une vérification sociétale.
Il ressort également de ce tableau chronologique que différentes théories sont successivement mobilisées dans des travaux distincts (exemple : Cormier et Magnan, 1999 ; Cormier, Gordon et Magnan, 2004…). Plus récemment, on constate que divers cadres théoriques sont mobilisés au cours d'un seul article (exemple : Cormier et al., 2005 ; Aerts et al.,2008). Ce phénomène est relativement nouveau et tend à s'accentuer depuis 2001. Ceci tendrait à prouver l'intérêt des auteurs pour l'utilisation, non pas d'un cadre théorique unique, mais de plusieurs théories concomitantes dans les recherches sur la comptabilité sociétale.

Au vu de ce panorama, nous pouvons classer les théories explicatives du comportement des entreprises mettant en place une vérification sociétale au sein de deux cadres majeurs.

- **Les théories contractuelles de la firme** considèrent la mise en place d'une vérification sociétale comme un mécanisme permettant de fiabiliser le reporting sociétal dans un objectif de création de valeur pour l'entreprise (valeur actionnariale ou valeur partenariale).

- **Les théories néo-institutionnelles de la légitimité** considèrent la mise en place d'une vérification sociétale comme une réponse apportée aux différentes pressions institutionnelles émanant de la société dans un objectif d'obtention de légitimité.

1.2. CADRE GENERAL DES THEORIES CONTRACTUELLES

Le paradigme politico-contractuel est fondé sur une approche économique, rationnelle et libérale de l'organisation, et analyse l'entreprise comme un « *nœud de contrats* » formels ou informels souvent générateurs de conflits et de coûts.
La théorie de l'agence (Jensen et Meckling, 1976) et la théorie de l'agence généralisée (Hill et Jones, 1992), qui implique une vision pluraliste de la firme (Charreaux et Desbrières, 1998), illustrent ce paradigme.
L'objectif de création de valeur est au centre de ces théories. Dans le cadre de la théorie de l'agence, il s'agit de la valeur actionnariale, alors que pour la théorie de l'agence généralisée et la vision pluraliste de la firme, il s'agit de la valeur partenariale.

La théorie de l'agence suppose que toutes les parties ne disposent pas des mêmes informations. Il existe une asymétrie d'informations entre l'agent qui détient l'information et le principal qui voudrait connaître cette information. Pour se prémunir des problèmes issus de la relation d'agence, les individus mettent en place des mécanismes qui peuvent engendrer des coûts.

Jensen et Meckling (1976) distinguent les coûts de contrôle, les coûts de dédouanement et les coûts d'opportunité. Dans le cadre de la présente recherche, les coûts de dédouanement ou d'obligation nous intéressent particulièrement. Ces coûts sont supportés par l'agent pour rassurer le principal et lui prouver qu'il agit dans son intérêt. Ils résultent donc de la mise en place de mécanismes tels que la publication d'informations par l'agent et/ou la soumission volontaire à des contrôles.

Dans cette vision, seules les actions sociales et environnementales conformes à l'objectif de maximisation de la valeur globale de l'entreprise, et donc susceptibles de contribuer à la création de valeur actionnariale, ont intérêt à être mises en œuvre. Le reporting sociétal et la vérification de ce reporting ne se justifient que par leurs capacités à renseigner et à aider les investisseurs dans leurs choix d'investissement. Les entreprises communiquent volontairement les informations sociétales dans les rapports sociétaux ou d'autres documents et font vérifier ces informations, dans le but de favoriser une meilleure appréciation de la valeur globale de l'entreprise et ainsi de créer une valeur supplémentaire (coûts < bénéfices).

La théorie de l'agence examine les relations entre principal et agent. Ainsi, les relations entre dirigeants et actionnaires sont celles qui restent étudiées dans cette théorie actionnariale de l'agence (Jensen et Meckling 1976). Cependant cette théorie peut être élargie pour intégrer d'autres parties prenantes ou *stakeholders* à l'entreprise, ne se limitant pas aux seuls actionnaires ; la théorie partenariale de l'agence intervient donc à ce moment là.

Dans cet élargissement de la relation d'agence, les agents sont les dirigeants qui sont en relations contractuelles avec des parties prenantes de l'entreprise. Les diverses relations contractuelles existantes entre les parties prenantes et l'organisation sont incluses dans la théorie de l'agence généralisée (Hill et Jones, 1992).

La notion de parties prenantes a été définie par Freeman en 1984 comme *« tout groupe ou individu qui peut affecter ou qui peut être affecté, par la réalisation des objectifs d'une organisation* ». Le terme de « *stakeholders* » peut être utilisé pour désigner les parties prenantes de l'entreprise autres que les actionnaires qui eux seront appelés « *shareholders* ».

Selon Hill et Jones (1992 p.134) « *les concepts de la théorie de l'agence peuvent être appliqués à la relation parties prenantes - agent* ». Il s'agit d'un élargissement de la relation principal - agent. Cette théorie prend en compte les intérêts des groupes ou individus pouvant avoir une répercussion sur la stratégie de l'entreprise. Les tenants de cette théorie de l'agence généralisée accordent une importance particulière à un ensemble de parties prenantes dans le partage de la valeur, on parlera de valeur partenariale, par différenciation à la valeur actionnariale.

Certains auteurs considèrent la théorie des parties prenantes comme une théorie pouvant être ancrée dans une vision économique contractualiste qui serait élargie. Comme le signale Cazal (2008), pour de nombreux théoriciens la théorie des parties prenantes est associée à la théorie de l'agence généralisée (Hill et Jones, 1992 ; Charreaux, 2003). La logique sous-jacente est toujours celle de la création de valeur. On se situe dans une approche instrumentale de la théorie des parties prenantes (Giordano-Spring et Rivière-Giordano, 2007), car selon cette approche, la gestion des parties prenantes n'est qu'un moyen d'atteindre les objectifs des dirigeants et des actionnaires (Donaldson et Preston, 1995). Comme le précisent, Donaldson et Preston (1995), *« la vision instrumentale de la théorie des parties prenantes suggère que l'adhésion aux principes et aux pratiques des parties prenantes permettent d'atteindre des objectifs de performance classique* » (p.67).

Dans la théorie des parties prenantes, l'entreprise est vue comme un nœud de contrats visant à étendre le rôle des dirigeants de la protection des seuls actionnaires, à l'ensemble des parties prenantes de l'entreprise. Les relations entre actionnaires et dirigeants ne sont plus les seules relations prises en compte, d'autres relations avec des groupes ou individus apparaissent également importantes. Donaldson et Preston (1995 p.76) soulignent que « *les parties prenantes sont définies par leur intérêt légitime dans l'entreprise plutôt que simplement par l'intérêt de l'entreprise en elles* ».

Charreaux et Desbrières (1998) ont également une vision partenariale, associant les dirigeants à l'ensemble des parties prenantes et considérant que les parties prenantes supportent, au même titre que les actionnaires, un risque lié à l'activité de l'entreprise. Ainsi, comme le précise Baret (2007), l'approche de Charreaux et Desbrières (1998) s'inscrit dans le modèle des parties prenantes en intégrant dans leur modèle l'ensemble des « stakeholders » qui contribuent à créer de la valeur. Dans la vision pluraliste de la firme, les entreprises doivent avoir comme objectif premier la création de valeur dont l'obtention est conditionnée à la résolution des multiples conflits d'intérêts nés de l'asymétrie informationnelle. Ainsi, Charreaux et Desbrières (1998) proposent une définition élargie et globale de la valeur créée

par les entreprises dans une perspective enrichie qui ne se limite pas aux seuls actionnaires : la valeur partenariale. La valeur partenariale de Charreaux et Desbrières (1998) « *permet de revisiter le problème de la création et du partage de la valeur dans une perspective enrichie qui ne se limite pas aux seuls actionnaires* » (p.84). Ainsi cette vision permet de mieux comprendre les mécanismes de création et de partage de la valeur en relation avec l'ensemble des parties prenantes de l'entreprise.

Quelles que soient les théories utilisées dans cette vision, on se situe dans une logique de création de valeur, analysée dans le cas de la théorie de l'agence, comme une valeur purement actionnariale, et dans la théorie de l'agence généralisée ainsi que dans l'approche instrumentale de la théorie des parties prenantes, comme une valeur partenariale.

1.3 CADRE GENERAL DES THEORIES NEO-INSTITUTIONNELLES

Les théories néo-institutionnelles examinent les liens existant entre les organisations et leur environnement institutionnel en soulignant les notions de valeur et de légitimité. De façon générale, « *le néo-institutionnalisme conçoit les organisations comme compréhensibles seulement s'il est tenu compte du fait qu'elles sont, d'une part, connectées entre elles, et d'autre part, construites par leur environnement. Cet environnent exerce des pressions qui influencent leurs structures et auxquelles elles cherchent à s'adapter* » (Rojot, 2005 p.409).
Les entreprises adoptent certaines pratiques dans un souci d'obtention de légitimité, condition nécessaire à leur survie (Meyer et Rowan, 1977 ; DiMaggio et Powell, 1991), et parce que ces règles correspondent aux attentes de la société (Zucker, 1991).
Ainsi, les théories néo-institutionnelles essayent de comprendre le comportement des organisations en montrant l'importance de l'environnement institutionnel. Les entreprises doivent se conformer aux jeux institutionnels. L'approche néo-institutionnelle s'intéresse à l'influence du contexte institutionnel sur l'adoption par les entreprises de pratiques volontaires ou non, dont le but est d'accroître leur légitimité institutionnelle et leur pouvoir.
Selon cette approche, les organisations sont insérées dans la société et sont soumises à des pressions institutionnelles qui proviennent des organismes de régulation, des organisations en position de leadership ou encore de la société en général. La mise en place de pratiques de RSE est ainsi vue comme une réponse de l'entreprise aux pressions institutionnelles de certaines parties prenantes ou groupes de parties prenantes (régulateurs, groupes de pression,

organismes professionnels…). Il s'agit dans ce cas d'une réponse managériale aux attentes des parties prenantes au sens large.

Pour comprendre la visée des théories néo-institutionnelles, il est nécessaire d'en exposer et synthétiser les principes fondateurs. Rouleau (2007 p.85) présente les fondements de cette théorie en 7 points permettant d'appréhender les contours de ce cadre théorique. Le tableau ci-dessous présente ces fondements :

Tableau 10 : Les fondements de la théorie néo-institutionnelle

- Les structures formelles ont des propriétés symboliques dont il faut tenir compte. - Il est difficile pour les dirigeants qui prennent des décisions de résister aux pressions de l'environnement. - Au fil du temps, les organisations tendent à devenir homogènes en se conformant aux pressions de l'environnement. - L'adoption de règles et de procédures formelles est largement influencée par les mythes rationalisés qui sont véhiculés à l'endroit de ces règles et procédures. - En adoptant les règles et les procédures qui sont prétendument efficaces et rationnelles, les organisations augmentent leur légitimité vis-à-vis de l'extérieur. - Au fil du temps, le comportement des organisations s'institutionnalise, c'est-à-dire qu'elles en viennent à reproduire des modes d'action stables. - Plus une organisation fonctionne à partir de modes d'action institutionnalisés, plus il est difficile d'y introduire des changements.

Source : Rouleau (2007, p.85).

Comme le montre le tableau précédent, les théories néo-institutionnelles analysent l'influence des institutions sur les pratiques des organisations qui adoptent des structures et des modes de management considérés comme légitimes vis-à-vis de l'extérieur (Meyer et Rowan, 1977 ; DiMaggio et Powell, 1983). Subséquemment, cette théorie explique que les organisations d'un même environnement emploient des pratiques similaires, car elles ont besoin de se conformer aux pressions institutionnelles pour des raisons de légitimité (BenMlouka et Boussoura, 2008). Deux concepts apparaissent importants : « la légitimité » et « les pressions institutionnelles ». Nous allons successivement revenir sur ces deux concepts.

La théorie de la légitimité repose sur deux courants : le courant stratégique et le courant institutionnel. En effet, Suchman (1995 p.575) montre qu'il existe une approche stratégique, dans laquelle la légitimité est une ressource opérationnelle, et une approche institutionnelle constituée de croyances.

Selon Suchman (1995 p.576) « *les études sur la légitimité stratégique décrivent la légitimité comme une ressource opérationnelle que les organisations peuvent extraire de leurs environnements culturels et qu'elles emploient pour poursuivre leurs buts (Ashforth et Gibbs 1990 ; Dowling et Pfeffer 1975)* ». En ce qui concerne la légitimité institutionnelle « *les recherches institutionnelles (DiMaggio et Powell 1983 ; Meyer et Rowan 1991 ; Meyer et Scott 1983 ; Zucker 1987) décrivent la légitimité non pas comme une ressource opérationnelle mais comme un jeu de croyances* » (Suchman 1995 p.576).

Suchman (1995 p.574) définit la légitimité comme « *une perception ou une acceptation généralisée selon laquelle les actions d'une entité sont désirables, convenables et adéquates par rapport à un système socialement construit de normes, de valeurs, de croyances et de définitions* ».

Selon Pétrin et al. (2003 p.9), le point de vue des théoriciens semble être un moyen de différencier les aspects de la légitimité. Lorsque le théoricien suit la perspective du dirigeant, on est dans une approche stratégique, à l'inverse, lorsque le théoricien suit la perspective de la société, on est dans une approche institutionnelle.

Les entreprises mettent en place certaines pratiques en réponse à des pressions institutionnelles. Selon DiMaggio et Powell (1983), considérés comme des tenants de l'approche institutionnelle, trois « *isomorphismes institutionnels* » se rapportant aux différentes pressions institutionnelles expliquent pourquoi les organisations en quête de légitimité reproduisent les cadres d'autres organisations :

-« *l'isomorphisme coercitif* » : il résulte de pressions exercées par les organisations ou par les institutions pour un changement.

-« *l'isomorphisme mimétique* » : certaines organisations devant faire face à un environnement incertain copient d'autres organisations qui sont plus légitimes.

-« *l'isomorphisme normatif* » : il est rattaché au phénomène de professionnalisation qui est « interprété comme la lutte collective des membres d'une profession pour définir les conditions et les méthodes de travail, pour contrôler *la production des producteurs* et pour établir une base cognitive et légitime de l'autonomie de leur activité » (p.152).

Il existe également trois formes de légitimité se rapportant à chaque isomorphisme. Pour l'isomorphisme coercitif, il s'agit d'une légitimité légale, pour l'isomorphisme mimétique, la légitimité est reconnaissable et culturellement acceptée. Enfin, pour l'isomorphisme normatif, la légitimité est morale (BenMlouka et Boussoura, 2008).

En conséquence, dans l'approche institutionnelle, les entreprises sont entourées de règles et d'exigences sociales et culturelles auxquelles elles doivent se conformer. Les entreprises sont donc soumises à différentes pressions institutionnelles. Il s'agit pour les entreprises d'être légitime aux yeux de la société dans son ensemble. Ainsi, dans un souci d'apparaître légitime, les entreprises vont se conformer à ces standards de comportement (Meyer et Rowan, 1977 ; DiMaggio et Powell, 1991). Selon les institutionnalistes, les organisations légitimes obtiennent ainsi le soutien de la société et assurent leur survie.

2. LES DEUX CADRES THEORIQUES ET LEUR COMBINAISON

Adoptant dans la présente recherche un cadre multi-théorique pour étudier la mise en place par les entreprises d'une vérification sociétale, il est apparu primordial de présenter la démarche de recherche et d'expliciter le choix de ce double cadre théorique. Nous nous positionnons dans une démarche dans laquelle l'étude de la théorie en amont nous permettra de réaliser ultérieurement l'étude empirique. De ce fait, le corpus théorique mobilisé permettra d'étayer l'étude de la vérification des informations sociétales.

Ainsi, la démarche adoptée dans la thèse, afin d'étudier la mise en place d'une vérification des informations sociétales, a consisté à utiliser un cadre théorique hétérogène permettant d'expliquer cette mise en place, non seulement sous un angle contractuel, mais également selon d'autres perspectives complémentaires telles que la perspective institutionnelle.

Le tableau page suivante reprend les deux cadres théoriques précédemment identifiés et les théories qui leurs sont associées. Il décrit également pour chacun des deux cadres la conception de la comptabilité sociétale.

Tableau 11 : Les deux principaux cadres théoriques utilisés en comptabilité sociétale

	Cadre théorique	
	Contractuel	**Institutionnel**
Théories dominantes associées au cadre théorique	-Théorie positive de la comptabilité : théorie des coûts et bénéfices de l'information -Théorie de l'agence -Théorie des signaux -Théorie de la gouvernance d'entreprise -Théorie des parties prenantes	-Théorie néo-institutionnelle -Théorie de la légitimité -Théorie de la gestion des impressions « *impression management* » -Théorie du « *media agenda setting* »
Conception de la comptabilité sociétale	Permet de contribuer à la rentabilité de l'entreprise	Objectif de légitimation et de gestion des enjeux sociétaux

Nous choisissons de retenir un double cadre théorique intégrant les théories contractuelles de la firme et les théories néo-institutionnelles de la légitimité, pour étudier la mise en place par les entreprises d'une vérification des informations sociétales. De nombreuses théories s'insèrent à l'intérieur de chaque cadre théorique. Seules celles retenues dans la présente étude seront développées par la suite.

Au vu d'une littérature s'inscrivant dans le champ général de la comptabilité sociétale, il apparaît que les études se focalisant sur un cadre théorique unique ont une vision partielle du phénomène étudié. Il en est de même pour la vérification sociétale.

Comme le précise Ratanajongkol (2006), l'utilisation d'une perspective théorique unique ne peut complètement expliquer le comportement des entreprises dans la mise en place de pratiques de RSE, qui sont, dans son cas, les diffusions d'informations sociétales. La comptabilité sociétale étant un processus complexe, il apparaît nécessaire d'utiliser un cadre théorique d'analyse dépassant les aspects purement économiques (Pellé-Culpin, 1998).

De même, dans leur article, Gray et al. (1995) repris plus tard par Cormier et al. (2005) montrent que le reporting sociétal est multidimensionnel, et est mu par des forces complémentaires ne pouvant pas être expliqué par un simple cadre théorique. Ainsi, selon Gray et al. (1995), qui ont effectué une revue de la littérature des études portant sur le reporting sociétal et sur leurs cadres théoriques, ces perspectives théoriques ne doivent pas

être considérées comme concurrentes mais, au contraire, elles doivent être utilisées conjointement dans les démarches explicatives.

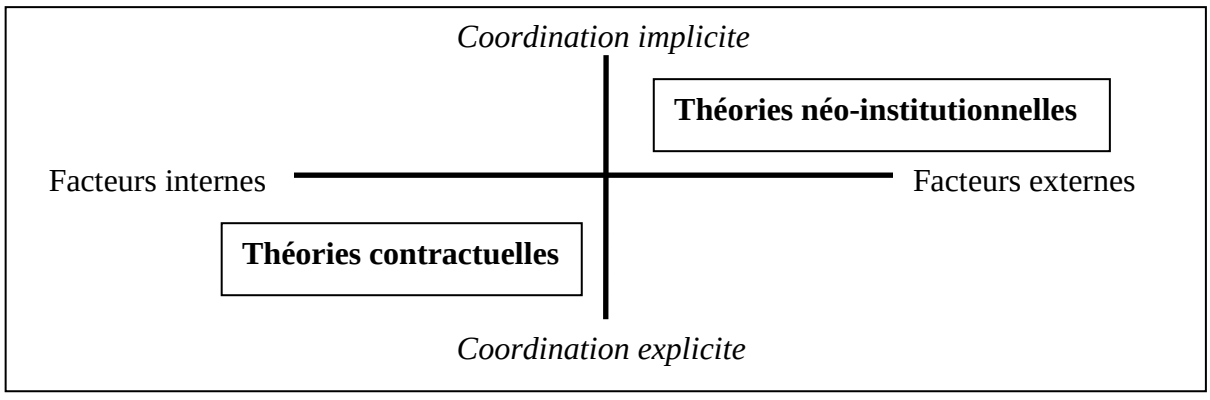
Ben Rhouma (2008) propose un modèle multi-théorique explicatif de la diffusion d'informations sociétales. Les différentes théories mobilisées dans la thèse de Ben Rhouma (2008) s'inscrivent dans une approche à la fois normative et interprétative englobant les théories économiques, institutionnelles de la légitimité et des parties prenantes. Cormier et al. (2004) utilisent également un cadre théorique multi-facettes en intégrant dans leur étude la théorie positive comptable, la théorie socio-politique et la théorie institutionnelle. En effet, il apparaît que les études récentes articulent de plus en plus les différentes perspectives théoriques pour étudier la comptabilité environnementale (Ben Rhouma, 2008).
De même Neu (1992) précise que l'étude des facteurs de la mise en place de pratiques volontaires par les entreprises peut prendre appui sur les théories contractuelles et/ou sur les théories néo-institutionnelles. Il s'agit pour Neu (1992) de montrer que la conception, privilégiant les facteurs économiques pour expliquer le comportement des dirigeants, ignore les relations également sociales qui interviennent nécessairement dans la sphère économique. La diffusion d'informations sociétales et leur vérification résultant d'un choix du dirigeant, nous pouvons rapprocher le raisonnement de Neu (1992) de notre contexte. Ainsi les facteurs susceptibles d'expliquer les pratiques de diffusion et de vérification des informations sociétales se décomposent en deux types de facteurs : il peut s'agir de facteurs économiques et/ou sociaux. Selon Neu (1992), les études s'appuyant sur la théorie positive comptable « *…privilégient les facteurs économiques par rapport aux facteurs sociaux, ne reconnaissant pas que les facteurs économiques sont étroitement liés aux relations sociales et que ces relations influencent, contraignent et définissent un comportement approprié* » (p.223). Ainsi, dans son modèle, l'auteur va intégrer les facteurs sociaux issus de la théorie de la légitimité ou de la théorie des parties prenantes pour expliquer le choix des dirigeants, que de simples perspectives économiques ne peuvent pas expliquer. En effet, l'utilisation d'un cadre théorique néo-institutionnel permet de mettre en lumière des aspects non traités par le courant positiviste traditionnel (Boitier et Rivière, 2008).

En se penchant sur une littérature comptable plus large étendue au domaine de la comptabilité financière, d'autres auteurs énoncent la complémentarité des théories contractuelles et néo-institutionnelles.

Tixier et Jeanjean (2000) reconnaissent volontiers que, même si leurs points de départ divergent, les théories politico-contratuelles et les théories institutionnelles ne sont pas des théories rivales mais bien complémentaires dans la mesure où leurs noyaux durs ne sont pas incompatibles et que le problème à résoudre est le même. Touron (2000) en fait une démonstration dans une étude sur les décisions comptables, en montrant que les théories contractuelles (théorie de l'agence dans son cas) et les théories néo-institutionnelles sont des théories complémentaires permettant d'expliquer les choix comptables.

Pour expliciter l'utilisation d'un double cadre théorique, nous pouvons reprendre le schéma fourni par Benabdellah-Demaria (2008) qui utilise également un cadre multi-théorique et justifie la complémentarité des théories dans le contexte des choix comptables. Le schéma de Benabdellah-Demaria (2008) a été adapté à notre contexte de recherche et a pour objectif de positionner le double cadre théorique en termes de nature des facteurs explicatifs de la vérification sociétale (axe horizontal) et en termes de coordination entre les acteurs (axe vertical). Ainsi, l'utilisation simultanée des deux cadres théoriques permet d'appréhender la mise en place d'une vérification sociétale dans une vision globale, permettant de saisir des facteurs explicatifs différents, à la fois externes et internes à l'entreprise. La figure 29 illustre ces propos.

Figure 29 : Combinaison des cadres théoriques



Source : Construit d'après Benabdellah-Demaria (2008, p.85).

La théorie politico-contractuelle est en mesure d'expliquer la mise en place d'une vérification sociétale considérée comme liée aux caractéristiques internes de l'entreprise et permettant une coordination explicite entre les objectifs des praticiens, des actionnaires et du marché.

La théorie néo-institutionnelle vient mettre en lumière des aspects non abordés dans les théories contractuelles. Elle permet d'analyser la décision de vérification comme liée aux

caractéristiques externes de l'entreprise et selon une coordination implicite entre les acteurs guidés par la recherche de légitimité au sein de l'environnement socio-économique.
La mise en place d'une vérification peut donc s'expliquer par la combinaison de facteurs externes et internes à l'entreprise, permettant la coordination des objectifs de diverses parties prenantes impliquées dans ce processus. Ainsi, ce schéma fait ressortir la possible combinaison de cadres théoriques différents mais complémentaires pour étudier un phénomène complexe et spécifique.

L'utilisation séparée de chaque cadre théorique, pouvant être mobilisé pour la présente étude, ne paraît apporter qu'une réponse partielle à la question de recherche. En effet, toutes les théories prises séparément ne s'avèrent pas pouvoir expliquer complètement la mise en place d'une vérification sociétale. Pour capter toutes les facettes de la question et compte tenu des spécificités de l'objet de recherche, il semble que l'utilisation conjointe des cadres théoriques soit essentielle.

SECTION 2- DEUX APPROCHES THEORIQUES DOMINANTES POUR ETUDIER LA VERIFICATION SOCIETALE

Au regard de la littérature étudiée précédemment, deux cadres théoriques majeurs sont mobilisés par les chercheurs : d'une part, les théories contractuelles qui considèrent l'entreprise comme un nœud de contrats où des conflits existent entre les acteurs (Jensen et Meckling, 1976), et d'autre part, les théories néo-institutionnelles où les organisations agissent en réponse à des pressions institutionnelles afin d'obtenir une légitimité (DiMaggio et Powell 1983). Chacun des deux cadres théoriques peut permettre d'étudier la mise en place d'une vérification sociétale.

Nous débuterons cette section par la présentation de la vérification sociétale sous l'angle des théories contractuelles (1). L'étude de la vérification sociétale sous l'angle des théories néo-institutionnelles fera l'objet d'une deuxième partie (2).

1. APPROCHE CONTRACTUELLE DE LA VERIFICATION SOCIETALE

La vérification des informations sociétales s'insère dans une relation d'agence où elle a pour objectif de diminuer l'asymétrie d'informations entre les divers acteurs. En effet, Simnett et al. (2009) précisent que la mise en place d'une assurance permet, d'une part, de réduire les coûts d'agence et d'autre part, confère une plus grande confiance des utilisateurs dans l'exactitude des informations fournies par l'entreprise. En attestant des informations sociétales, l'audit sociétal contribue, au même titre que l'audit financier, à la diminution des asymétries d'informations et exonère les parties intéressées d'une recherche individuelle d'informations fiables. Dans cette vision, tout comme l'audit financier, la vérification sociétale est un mécanisme disciplinaire ayant pour objet de garantir la bonne qualité de l'information diffusée et d'attester la fiabilité du reporting sociétal (Rivière-Giordano, 2007a). Ceci concorde avec les recherches antérieures démontrant que la vérification externe volontaire, réalisée par une partie extérieure à l'entreprise, offre une plus grande confiance des utilisateurs dans la fiabilité et l'exactitude des informations divulguées (Carey et al., 2000). La vérification sociétale apparaît donc comme complémentaire à la diffusion sociétale. Ainsi, l'audit ou la vérification apparaît comme un élément essentiel du fonctionnement de la vie économique (Herrbach, 2000). Les deux hypothèses principales de la théorie de l'agence (Jensen et Meckling, 1976) sont essentielles pour comprendre le comportement des

entreprises. Il s'agit de l'hypothèse d'asymétrie informationnelle et de l'hypothèse de rationalité (objectif de recherche de maximisation). Deux sortes de coûts sont donc visibles : d'un côté, les coûts supportés par les utilisateurs de l'information pour tenter de limiter le comportement opportuniste du dirigeant (coûts liés à la gestion de l'information, incitation à mettre en place des systèmes pour assurer une bonne communication de l'information…, Depoers, 2000), et d'un autre côté, les coûts de dédouanement supportés par les dirigeants pour convaincre les utilisateurs de leur bonne foi. Comme le fait remarquer Charreaux (2000a), les coûts de dédouanement sont les coûts associés aux mécanismes permettant à l'agent de rassurer le principal sur la crédibilité des engagements pris, et par exemple, les coûts associés à un audit volontaire.

La vérification sociétale constitue donc un mécanisme disciplinaire assurant la fiabilité des informations sociétales et contribuant à leur crédibilité par la réduction des conflits d'agence (Rivière-Giordano, 2007a ; Simnett et al., 2009). Ainsi, les dirigeants peuvent se soumettre à une vérification afin de certifier la qualité des informations diffusées de façon à réduire l'incertitude pour les utilisateurs, et à alléger le poids des contrôles (Charreaux, 2000b). Dans ce cadre d'analyse, la vérification par un tiers extérieur, contribuant à fiabiliser les informations communiquées, vise à favoriser la transparence et donc, à réduire les coûts d'agence relatifs à la diffusion. En effet, Chow (1982) montre que la demande de vérification externe résulte de la nécessité d'atténuer les coûts d'agences.

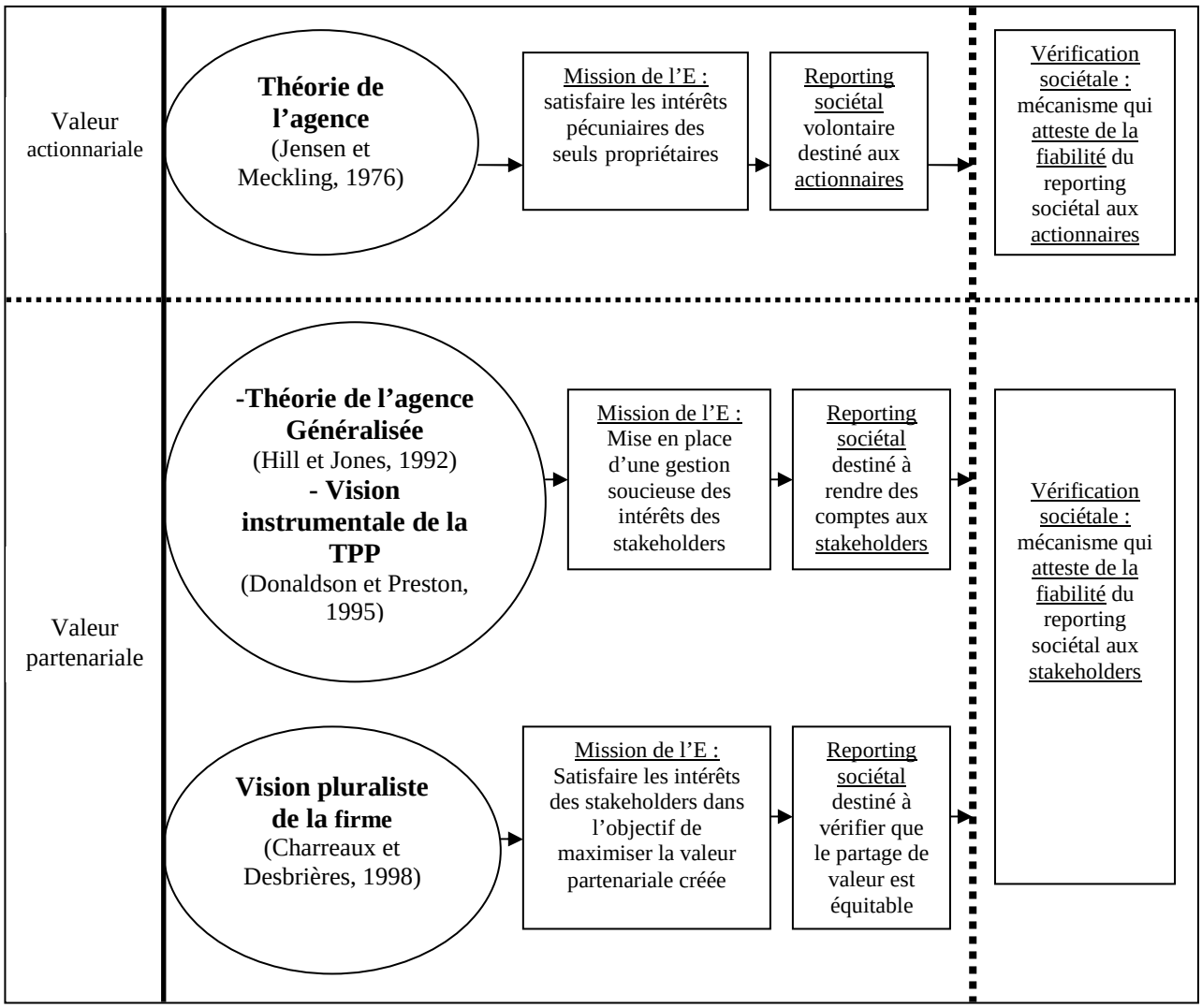
Ainsi, en se référant aux théories contractuelles, on présume que les pratiques de responsabilité sociétale permettant à l'entreprise de mettre en avant son engagement sociétal (telles que la diffusion et la vérification sociétale) seront capables de créer un supplément de valeur ou d'éviter l'apparition de risques sociétaux pouvant engendrer une diminution de la trésorerie (Giordano-Spring et Rivière-Giordano, 2008).

On se situe donc dans une approche économique ou une approche coûts/bénéfices de la vérification, selon laquelle la mise en place d'une vérification sociétale peut être justifiée par l'existence d'un arbitrage coûts/bénéfices favorable aux entreprises. Les efforts déployés par les entreprises dans le recours à une vérification des informations sociétales supposent qu'elles attendent de cette vérification des bénéfices futurs supérieurs aux coûts engendrés (Unhee, 1997). En effet, cette mise en place d'une vérification de données sociétales résulte d'un arbitrage entre les avantages et les inconvénients identifiés au préalable (De Moor et De Beelde, 2005).

En se référant à la théorie de l'agence généralisée (Hill et Jones, 1992) et à la vision instrumentale de la théorie des parties prenantes (Donaldson et Preston, 1995), on peut supposer un élargissement de la relation principal – agent issu de la théorie de l'agence à un ensemble de parties prenantes impliquées contractuellement dans le processus économique (Quairel, 2004). Cette théorie prend en compte les intérêts des groupes ou individus pouvant avoir une répercussion sur la stratégie de l'entreprise. Dans cette vision, la mise en place d'une vérification sociétale est analysée comme un moyen de rendre des comptes aux parties prenantes les plus puissantes et qui exercent des pressions fortes sur l'entreprise. On se situe dans une vision instrumentale de la théorie des parties prenantes qui prévoit que l'entreprise répond aux pressions de ses parties prenantes dans un objectif de performance organisationnelle. Les parties prenantes sont, dans ce cas, vues comme des facteurs permettant à l'entreprise de réaliser ses objectifs et de répondre à ses obligations vis à vis des actionnaires (Gond et Mercier, 2004). Ainsi, dans la vision contractuelle élargie, les entreprises qui entretiennent des relations de coopération avec leurs parties prenantes obtiendront un avantage concurrentiel sur les autres entreprises (Jones, 1995), elles seront plus performantes en termes de profitabilité, de stabilité et de croissance (Pesqueux et Damak-Ayadi, 2004). Il s'agit toujours de satisfaire un objectif de création de valeur qui nécessite pour l'entreprise de satisfaire les attentes des différents individus affectés par l'activité de l'entreprise (Gond et Mercier, 2004). La prise en compte par l'entreprise de ses parties prenantes lui permet de générer une performance économique (Hillman et Keim, 2001). Il s'avère donc que les entreprises, poussées par les pressions de parties prenantes économiques (collaborateurs, clients et actionnaires), et dans le but de répondre à leurs préoccupations, vont mettre en place une vérification des informations sociétales dans un objectif de création de valeur.

Dans cette approche, on considère la décision de mettre en place une vérification sociétale comme une décision économiquement justifiée, selon laquelle les bénéfices attendus doivent être supérieurs aux coûts supportés par cette vérification sociétale. La figure 30 ci-dessous résume l'étude de la mise en place d'une vérification sociétale au regard des théories contractuelles en opérant une distinction entre chaque théorie.

Figure 30 : Une lecture contractuelle de la vérification sociétale



Source : Construit d'après Giordano-Spring et Rivière-Giordano (2007) ; Rivière-Giordano (2007a).

On peut donc étudier la vérification sociétale sous l'angle des théories contractuelles en se référant à la théorie de l'agence (Jensen et Meckling, 1976), à la théorie de l'agence généralisée (Hill et Jones, 1992) et à la vision pluraliste de la firme de Charreaux et Desbrières (1998). Quel que soit le support théorique envisagé, on se situe dans un objectif de création de valeur, actionnariale dans le cas de la théorie de l'agence ou partenariale dans la théorie de l'agence généralisée et selon la vision pluraliste de la firme.

2. APPROCHE NEO-INSTITUTIONNELLE DE LA VERIFICATION SOCIETALE

Analyser la mise en place de vérification des informations sociétales au regard des théories néo-institutionnelles, revient à considérer cette pratique « d'audit » comme une réponse

apportée aux contraintes institutionnelles de la société en ayant des comportements isomorphiques dans un objectif d'obtention de légitimité (Meyer et Rowan, 1977 ; DiMaggio et Powell, 1991). Dans le cadre de la diffusion d'informations sociétales, l'obtention par les entreprises de la légitimité passe par la reconnaissance des tiers de la fiabilité des informations diffusées. L'intervention d'un tiers extérieur ayant pour mission de garantir la fiabilité des informations diffusées peut être un moyen pour les entreprises de renforcer la légitimité ou de légitimer les actions de l'entreprise. Selon Power (2005, p.43), « *l'audit est devenu un repère chargé d'assurer la légitimité de l'action au sein des entreprises* ». La mise en place d'une vérification sociétale par l'entreprise peut être une réponse apportée aux pressions institutionnelles de son environnement pour obtenir une légitimité vis-à-vis de la société prise dans son ensemble.

Il existe dans les organisations des valeurs, des normes et des modèles organisationnels qui vont influencer les structures et les modes de gestion de ces entreprises (Meyer et Rowan, 1977). Les chercheurs issus du courant néo-institutionnel considèrent que les organisations, dans un même champ organisationnel, tendent à se ressembler les unes aux autres au fil du temps, d'où l'utilisation du terme « isomorphisme » des organisations. En effet, s'agissant de la vérification des informations sociétales, on assiste au fil des années à un accroissement des entreprises mettant en place ce type de vérification (KPMG et Publicorp, 2006). Poussées par un ensemble de pressions institutionnelles, les entreprises mettent en place des pratiques de vérification de leurs informations sociétales dans un souci d'obtention de légitimité (Kolk et Perego, 2010). Ainsi, sous la pression de trois sources de contraintes institutionnelles, les organisations seront conduites à être de plus en plus semblables. Il s'agit des pressions coercitives, normatives et mimétiques.

Les contraintes coercitives, imposées par la loi ou la réglementation et assorties de sanctions, sont dans la présente recherche les contraintes liées à l'apparition de la loi sur les Nouvelles Régulations Economiques (NRE). L'existence d'un environnement légal ou coercitif, au sens de DiMaggio et Powell (1983), peut affecter le comportement et la structure des organisations. L'apparition de réglementations en matière de RSE, notamment la loi sur les Nouvelles Régulations Economiques, a contraint les entreprises à publier dans leur rapport annuel des informations sociétales. Cependant, concernant la publication des informations sociétales dans les rapports sociétaux et plus particulièrement leur vérification par un tiers extérieur, il n'existe pas actuellement de réglementations qui contraignent les entreprises à

mettre en place de telles pratiques. En effet, s'agissant de la vérification sociétale il n'y pas de réglementation spécifique, cependant on peut imaginer que la loi NRE peut avoir entraîné une dynamique dans la mise en place de vérification des informations sociétales. La loi NRE peut faire partie d'un processus dans lequel les pouvoirs publics tentent de réglementer les pratiques de RSE. Par un effet boule de neige, cette réglementation peut entraîner les entreprises dans une dynamique de mise en place de pratiques de RSE. Engagées dans cette dynamique, les entreprises, anticipant l'apparition de réglementations prochaines, pourraient vouloir mettre en place une vérification sociétale. En effet, comme le montrent les études empiriques menées par des organismes publics sur l'application de la loi NRE, les entreprises ont tendance à se conformer à cette réglementation, même en l'absence de sanction en cas de non respect de la loi (Etudes du Groupe Alpha, 2003, 2004, 2005, 2006 et 2007). L'étude empirique menée par Deloitte (2007) montre que les sociétés, ayant publié en 2007 un rapport de développement durable pour suivre la logique donnée par la loi NRE de diffuser des informations sociétales, ont dans la majorité des cas, fait également mentionner dans le rapport un avis spécifique de leur commissaire aux comptes. Il est donc légitime de se demander si effectivement la loi NRE peut expliquer la mise en place de vérifications sociétales et s'il est donc nécessaire de mettre en œuvre des contraintes coercitives spécifiques qui réglementeraient cette vérification sociétale.

Les contraintes normatives peuvent également apporter un éclairage sur la mise en place de vérifications sociétales. Lorsque l'on parle de normalisation, on entend les normes ne comportant pas de sanction en cas de non respect. Ces normes sont édictées par le milieu professionnel et les acteurs pouvant influencer le champ organisationnel (Quairel, 2004). La vérification sociétale est entourée d'un ensemble de normes permettant d'apporter un éclairage sur la mise en place de ces pratiques (GRI, AA1000, ISAE 3000).

Les tentatives de normalisation de certaines pratiques de RSE peuvent influencer les entreprises dans leur volonté d'implanter ces pratiques. En effet, les pressions normatives, issues de l'existence de normes professionnelles dans le domaine, peuvent être un facteur explicatif de la mise en place de vérifications sociétales. Pour pallier l'absence de cadre légal dans le domaine, l'émergence de diverses normes peut servir de support et de base aux entreprises dans la mise en place de pratiques de RSE (Rivière-Giordano, 2007a). Concernant la vérification des informations sociétales, plusieurs normes ont émergé : la Global Reporting initiative (GRI), l'Assurance Standard AA1000AS et l'ISAE3000 (International Standard on

Assurance Engagement) (cf. Chapitre 2, section 2). Considérant que la normalisation permet aux entreprises et aux vérificateurs de posséder une base de référence dans la mise en place d'une vérification sociétale, les entreprises vont être incitées à mettre en œuvre de telles pratiques. Ainsi, en réponse à cette contrainte normative de la vérification sociétale, les entreprises vont mettre en place ces actions de vérification dans l'objectif d'atteindre une légitimité.

Enfin, les contraintes mimétiques considèrent que les organisations vont imiter d'autres organisations considérées comme proactives, et cela d'autant plus que l'environnement est incertain et ambigu. Ainsi, la mise en place de vérifications sociétales peut être le fait d'un mimétisme de la part des entreprises. Celles qui reconnaissent comme les plus talentueuses celles réalisant des vérifications sociétales, copient ces « best practices » pour être légitimes. Il peut s'agir d'un mimétisme sectoriel dans lequel les entreprises copient les pratiques des autres entreprises du même secteur. Il s'agit alors d'un processus d'institutionnalisation des pratiques au sein des secteurs d'activité. Ce processus mimétique, qui constitue l'un des mécanismes conduisant à l'isomorphisme institutionnel décrit par DiMaggio et Powell (1983), est visible dans le cas d'une mise en place de vérification sociétale. En effet, Park et Brorson (2005) font remarquer que l'un des facteurs incitant les entreprises à faire vérifier leurs informations sociétales est la pression exercée par les entreprises d'un même secteur d'activité qui ont mis en place ce type de pratique.

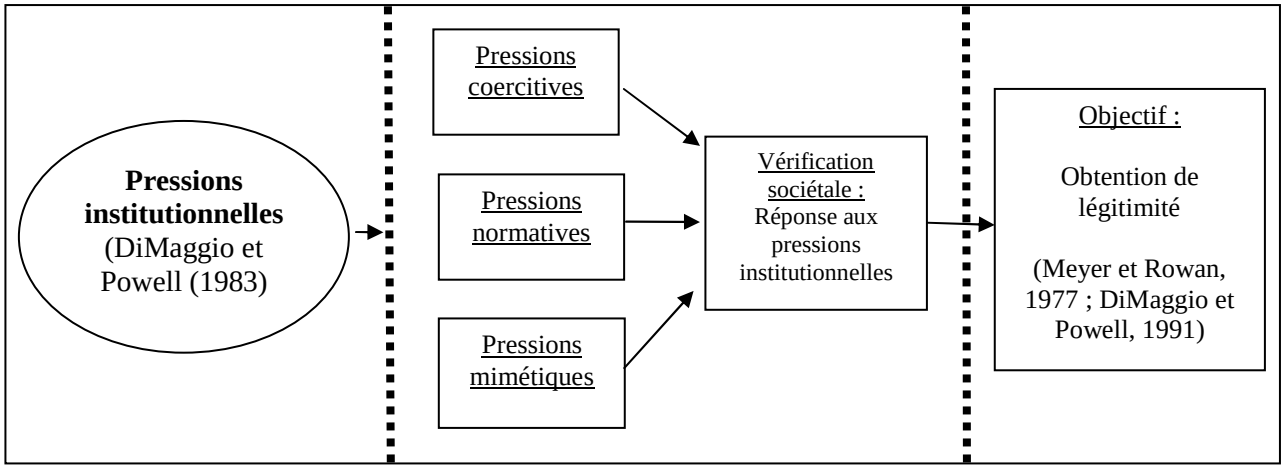
Ainsi, les objectifs de l'organisation demeurent les mêmes quelle que soit la stratégie mise en œuvre à la suite de diverses pressions institutionnelles. Il s'agit pour l'organisation d'acquérir, de maintenir ou de défendre la légitimité organisationnelle par la mise en place d'une même pratique, qui est, dans notre cas, la mise en place d'une vérification sociétale.
Par exemple, dans le cas d'une dégradation de la notoriété suite à la publication d'articles de presse hostiles, l'entreprise va mettre en place des pratiques de RSE dans le but de défendre sa légitimité qui est menacée (Ashforth et Gibbs, 1990). Il s'agit ici d'une légitimité pragmatique à travers laquelle l'entreprise protège son image et sa réputation, dans un souci par exemple de préserver ses ventes et sa valorisation boursière. Le terme « légitimité » englobe donc une réalité prosaïque par laquelle l'entreprise souhaite pérenniser son apparence et sa réputation par des pratiques sociétales. Ainsi, en mettant en place une stratégie sociétale de diffusion et de vérification, l'entreprise va vouloir soit répondre à des accusations (Antheaume, 2001), soit au contraire montrer sa bonne foi et légitimer ses activités. Au vu des

études sur l'exposition médiatique des entreprises (Brown et Deegan, 1998 ; Cormier et al., 2004), il apparaît que les entreprises faisant l'objet d'une forte exposition médiatique vont mettre en œuvre des pratiques de RSE (dans notre cas une vérification sociétale) dans un objectif d'obtention de légitimité.

Les travaux se référant à la théorie néo-institutionnelle permettent d'étudier l'émergence de nouvelles pratiques au sein des entreprises en quête de légitimité et de reconnaissance auprès de multiples parties prenantes (Dacin et al., 2002). La mise en place de vérification des informations sociétales se prête assez bien à ce type d'analyse en raison des pressions institutionnelles qui lui sont associées. Pour une entreprise, l'obtention de la légitimité passe par la nécessité pour celle-ci de se plier aux pressions de parties externes. En effet, l'entreprise se situe dans un champ organisationnel composé de parties prenantes. Le concept de parties prenantes trouve donc une justification dans les fondements de la théorie néo-institutionnelle, qui met en avant la nécessité pour une entité organisationnelle de se plier aux pressions externes provenant d'acteurs issus de ce champ (Gond et Mercier, 2004).

La figure 31 résume l'étude de la mise en place d'une vérification sociétale au regard des théories néo-institutionnelles en distinguant les trois types de pressions institutionnelles.

Figure 31 : Une lecture institutionnelle de la vérification sociétale



On peut donc étudier la vérification sociétale sous l'angle des théories néo-institutionnelles de la légitimité (Meyer et Rowan, 1977 ; DiMaggio et Powell, 1991). Dans cette vision la mise en place de vérifications sociétales sera perçue comme une réponse apportée aux pressions institutionnelles dans un objectif d'obtention de légitimité.

SECTION 3 - JUSTIFICATION D'UN DOUBLE CADRE THEORIQUE POUR LA RECHERCHE

Les deux cadres théoriques retenus pour l'analyse de la mise en place d'une vérification sociétale ont fait l'objet d'un développement dans une section précédente. Il est toutefois important de justifier le choix de l'utilisation d'un double cadre théorique pour expliquer la mise en place d'une vérification sociétale. Pour ce faire, nous soulignons tout d'abord les limites de chaque cadre théorique (1) et nous mettons ensuite en exergue les apports de l'utilisation de ce double cadre pour la présente recherche (2).

1. LIMITES DES CADRES THEORIQUES UTILISES DANS LA RECHERCHE

Malgré l'utilisation fréquente des théories contractuelles et des théories néo-institutionnelles, des critiques ont été formulées par de nombreux auteurs sur ces cadres théoriques. Nous détaillerons d'abord les limites des approches contractuelles (1.1). Puis, nous présenterons celles des approches néo-institutionnelles (1.2).

1.1. LIMITES DES APPROCHES CONTRACTUELLES

Les théories issues de l'approche contractuelle partent du constat que la gestion spontanée de tous les contrats par le marché ne permet pas de créer le maximum de valeur, du fait de problèmes d'asymétries d'information, d'opportunisme ou encore d'intérêts divergents. Ainsi se développe une organisation qui va être au centre d'un ensemble de contrats et va gérer de façon centralisée l'ensemble des contrats nécessaires à la production (Baret, 2007).
La mise en place de vérification sociétale par les entreprises est analysée dans ce cadre théorique comme un mécanisme utile pour mettre en valeur la crédibilité des informations sociétales publiées et faciliter la confiance des utilisateurs (shareholders et stakeholders) de cette information (Simnett et al., 2009 ; Kolk et Perego, 2010).

La théorie de l'agence (Jensen et Meckling, 1976), à l'origine du « shareholder model », suppose que les organisations doivent être gérées conformément à un objectif de maximisation de la richesse de leurs propriétaires. Cette approche vise donc à aligner les intérêts des dirigeants à ceux des actionnaires. Ce mode de gouvernance actionnarial

considère donc uniquement la relation actionnaires/dirigeants, au regard d'un objectif de maximisation de la valeur exclusivement actionnariale. Dans ce contexte, comme l'indiquent Friedman (1962) et les économistes de l'école de Chicago, les pratiques de responsabilité sociétale ne peuvent se justifier qu'en tant que sources de rentabilité pour les actionnaires. Selon Friedman (1962), « *rien n'est plus dangereux pour les fondements de notre société que l'acceptation par les responsables d'entreprise d'une responsabilité sociale des entreprises autre que celle de créer un profit maximum pour les actionnaires* » (p.133). Seules les actions sociétales en adéquation avec l'objectif de maximisation de la valeur globale des entreprises seront mises en œuvre par les dirigeants qui gèrent leur entreprise eu égard aux exigences de leurs actionnaires (Rivière-Giordano, 2007a). De ce fait de nombreuses recherches ont étudié les liens entre la performance sociétale des entreprises et la performance financière (Waddock et Graves, 1997 ; Griffin et Mahon, 1997 ; McWilliams et Siegel 2000 ; Margolis et Walsh, 2003). Les résultats ne permettent cependant pas de dégager un consensus quant au lien entre ces deux performances. Ainsi, la mise en place d'une pratique de RSE, telle que la vérification des informations sociétales, n'est pertinente qu'au regard de son utilité pour les seuls actionnaires, en étant susceptible de les renseigner quant aux risques sociétaux encourus par l'entreprise. En considérant la vérification sociétale comme le garant de la fiabilité des informations sociétales et en supposant que celles-ci font l'objet d'une attention croissante de la part des investisseurs, lorsque l'attestation des données sociétales est favorable, elle est présumée être source d'avantages concurrentiels pouvant suggérer un lien entre la vérification sociétale et la valorisation de l'entreprise (Rivière-Giordano, 2007a).

Cependant, ces dernières années, la prédominance des intérêts des actionnaires a été fortement critiquée par des auteurs, comme Freeman (1984), qui est l'un des détracteurs du « shareholder model ». Ces auteurs reprochent à cette approche d'avoir accentué les comportements court-termistes et cela au détriment du bien être des parties prenantes (Rémillard et Wolff, 2009). Dans cette vision moniste, centrée sur la relation actionnaires-dirigeant (Charreaux, 1997), les diverses parties prenantes à l'entreprise sont donc omises. Ainsi, la seule relation qui existe à ce niveau là est celle qui lie les dirigeants à leurs partenaires financiers. Il est reproché à la vision actionnariale de ne pas prendre en compte les intérêts des parties prenantes autres que les actionnaires et de ne pas justifier le fait que celles-ci sont également intéressées par la mise en place de pratiques de RSE.

La vision partenariale de la firme vient combler ce manque de prise en compte des parties prenantes, qui est une limite inhérente à la vision actionnariale. Ainsi, la théorie de l'agence généralisée (Hill et Jones, 1992), la théorie des parties prenantes (Donaldson et Preston, 1995)

ou encore la vision pluraliste de la firme (Charreaux et Desbrières, 1998) s'accordent sur le fait que l'entreprise doit prendre en compte les intérêts de l'ensemble de ses parties prenantes et non plus uniquement des actionnaires. La théorie des parties prenantes peut cependant être critiquée au regard de ses fondements. Elle repose sur une représentation relationnelle de l'entreprise fondée sur des contrats justes, qui présument que les conflits d'intérêt existants peuvent se résoudre en assurant une maximisation des intérêts de chaque groupe de parties prenantes (Capron et Quairel, 2004). Une autre limite de la théorie des parties prenantes provient de l'identification des parties prenantes. Peut-on identifier la totalité des parties prenantes ? Quelles sont les parties considérées comme prenantes ? Les parties non prenantes ne sont-elles pas concernées ?

Ainsi, la théorie des parties prenantes pose deux problèmes majeurs : l'identification des parties prenantes et la détermination de leurs attentes. Il est ici considéré que, par des contrats justes, les attentes de chaque partie prenante peuvent concourir avec les objectifs des entreprises. Dans cette vision, il est préjugé que les objectifs des diverses parties prenantes sont connus des dirigeants de l'entreprise, conciliables et formulés par des acteurs représentatifs, au travers de contrats implicites ou explicites. Cependant, dans la réalité les parties prenantes ont des attentes et des intérêts antagoniques, et de ce fait, difficilement compatibles avec les finalités de l'entreprise (Capron et Quairel, 2004 ; Quairel, 2004). Ces conditions ne sont que très exceptionnellement réalisées. L'étude des comportements des organisations et des relations entre les acteurs dans l'adoption de pratiques de RSE ne peut donc être analysée à l'aide de la seule approche contractuelle. En effet, dans les approches contractuelles, les entreprises ont un rôle de régulation sociale qui organise les interactions entre divers acteurs. Les normes, valeurs et règles sociales ne sont pas examinées dans cette approche contractuelle. De plus, les théories contractuelles étudient le comportement des entreprises comme des réponses aux attentes des parties prenantes, mais ne permettent pas d'analyser l'encastrement social des ces comportements (Capron et Quairel, 2007). D'autres approches théoriques sont nécessaires pour réaliser cette recherche et notamment les théories sociologiques néo-institutionnelles.

De nombreuses limites peuvent donc être identifiées pour chaque théorie issue de la vision contractuelle de l'entreprise. Pour critiquer de façon générale les fondements des théories issues de l'approche contractualiste, nous nous appuyons sur la question formulée par Cazal (2008) : « *En quoi la vision contractuelle de l'entreprise est-elle susceptible d'infléchir de manière dommageable la conception de la RSE ?*».

Nous reprenons séparément les critiques faites par Cazal (2008) sur les caractéristiques centrales de la conception contractuelle de l'entreprise pour détailler chacune d'elles dans la présente recherche.

Tout d'abord l'approche contractuelle est une approche « *anhistorique et a-contextuelle* ». L'émergence et le développement des pratiques de RSE ne peuvent être analysés en omettant les contextes particuliers dans lesquelles elles évoluent. Concernant la mise en place d'une vérification des informations sociétales, l'analyse du contexte particulier de cette pratique et de son histoire permet d'étudier les facteurs conjoncturels ou, au contraire, des facteurs plus durables pouvant être considérés comme structurels. S'agissant par exemple des effets de mode pour le facteur conjoncturel, ou encore de l'émergence de normes à une certaine période, ceux-ci ne sont pas intégrés dans l'approche contractuelle.

L'approche contractuelle est une approche « *individualiste et sous-socialisée* ». Malgré l'extension du « shareholder model » à un « stakeholder model », les rapports entre les divers contractants, ainsi que les jeux de pouvoir existant sont toujours réduits à une dimension purement économique de relations entre individus intéressés. Les phénomènes collectifs sont écartés pour laisser place à des phénomènes individuels d'individus agissant comme des agents purement économiques, dans la résolution d'intérêts non pas sociaux mais individuels. L'approche contractuelle fait abstraction de l'intérêt collectif. Or, dans l'étude de la mise en place de pratique de RSE telle que la vérification sociétale, la prise en compte de l'intérêt collectif est une notion importante pour comprendre et expliquer ce mécanisme. Dans la vision contractuelle, chaque partie prenante défend ses propres intérêts, or l'agrégation des intérêts particuliers de chaque partie prenante ne peut converger vers un intérêt général entendu comme intérêt de la société. Qui peut définir et qui a la légitimité pour définir l'intérêt général ? (Capron et Quairel, 2007).

Enfin, selon Cazal (2008), il s'agit d'une approche « *a-conflictuelle et consensualiste* » : *« la métaphore contractuelle induit normalement l'idée de consentement rationnel des parties [Boyer, 1996, p. 402]. Chez Rawls en particulier, contrat et consensus sont quasiment consubstantiels. La rationalité individuelle et la recherche de l'intérêt rendent les conflits aisément solubles dans le contrat. Il ne peut y avoir de conflit de fond puisque les agents sont mus par la recherche d'avantages mutuels, qu'optimiseront des contrats équitables* » (p.15). La question des contrats et des consensus est également pertinente concernant la vérification sociétale.

La vision que nous venons d'évoquer présuppose que par la résolution de contrats, les attentes des parties prenantes et les objectifs de l'entreprise peuvent être convergents. Or, les attentes des parties prenantes sont souvent conflictuelles et difficilement compatibles avec les finalités de l'entreprise. Les normes et valeurs pouvant expliquer ces divergences, ainsi que l'encastrement social des comportements des acteurs ne sont pas analysées dans cette approche contractuelle, contrairement aux théories néo-institutionnelles (Capron et Quairel, 2007).

1.2. LIMITES DES APPROCHES NEO-INSTITUTIONNELLES

Comme tout cadre théorique, les théories néo-institutionnelles ne sont pas exemptes de critiques. Pour ce faire, nous allons procéder à un inventaire des critiques formulées à l'encontre de ce courant.

Le manque de définition précise du terme « institution » est la première critique adressée à ce courant (Hasselbladh et Kallinikos, 2000). Le problème sémantique lié à l'absence de définition intelligible et objective de l'« institution » pose directement le problème du contenu pouvant lui être associé (Benabdellah-Demaria, 2008).

La deuxième limite réside dans l'absence de prise en compte des acteurs et de leurs capacités stratégiques (Desreumaux, 2004 ; Leca, 2006). En effet, « *l'absence de prise en compte des capacités stratégiques des agents constitue sans doute la principale critique adressée au néo-institutionnalisme* » (Leca, 2006, p.71).

Une des critiques faite à ce courant de recherche provient également de l'incapacité à expliquer le changement (puisqu'il est considéré que les organisations tendent vers une homogénéisation croissante), la déviance (qui fait perdre la légitimité) et plus généralement l'absence de prise en compte de l'action (Leca, 2006). De plus, les changements institutionnels étant par nature généralement lents et difficiles à identifier, on compte à l'heure actuelle peu d'études qui s'attachent à les analyser.

Le déterminisme est l'un des reproches fait à ce courant conçu dans le but d'expliquer l'homogénéisation des structures organisationnelles (Rouleau, 2007). Les acteurs ainsi que les organisations y sont poussés par des forces institutionnelles qui les dépassent. Le caractère trop mécanique et passif de l'isomorphisme institutionnel est souvent reproché à ce courant de recherche.

Enfin, la dernière critique, soulignée par Benabdellah-Demaria (2008), concerne la difficile opérationnalisation des isomorphismes. La plupart des études utilisant ce courant de recherche mobilisent le seul isomorphisme mimétique comme justification à l'adoption de pratiques devenant homogènes (Mizruchi et Fein, 1999). La différentiation des trois types d'isomorphisme reste difficile. Comme le font remarquer Desreumaux et Hasfi (2006), les concepts de la théorie étant mous, des efforts sont à faire pour les opérationnaliser. De plus à la lecture des études travaillant sur ce cadre théorique, il apparaît que la plus grande partie de ces travaux sont des recherches théoriques et non empiriques, ce qui montre bien les problèmes d'opérationnalisation des concepts issus de ce courant théorique (Desreumaux et Hasfi, 2006).

Cependant, depuis quelques années, pour pallier ces limites, des évolutions sont apparues, donnant naissance au *néo-institutionnalisme étendu* (Hoffman et Ventresca, 2002 ; Leca, 2006). Il s'agit de réintroduire l'étude des changements institutionnels et du rôle de l'acteur au sein de l'analyse néo-institutionnelle. Les changements institutionnels font désormais l'objet de recherche, et de nombreuses interrogations portent plus précisément sur les processus de changements institutionnels. Concernant la négligence de prise en compte de l'agent, de nombreux auteurs commencent à s'y intéresser. En effet, la prise en compte des problématiques de changements institutionnels nécessite que le statut de l'acteur soit étudié. Ce renouvellement invite aussi à analyser les processus de construction sociale de la RSE par les acteurs impliqués dans sa promotion et son institutionnalisation. Par exemple, s'agissant de la mise en place de vérifications sociétales, de nouvelles problématiques apparaissent : « *Comment d'anciens acteurs, issus de professions a priori éloignées de ces préoccupations éthiques et socialement responsables et déjà en butte à des problèmes déontologiques majeurs (cabinet d'audits) vont-ils s'inscrire sur ces nouveaux créneaux et proposer des justifications crédibles du comportement des entreprises ?* » (Gond et Mullenbach, 2004 p.110).

Desremaux et Hafsi (2008) présentent trois points développés par Scott (2001) faisant état de l'évolution de ce courant et pouvant de ce fait ouvrir des voies de recherche.

Le premier point concerne le niveau pertinent d'analyse des phénomènes institutionnels. Un élargissement du cadre de réflexion prenant en compte plusieurs institutionnalismes se situant à des niveaux d'analyse différents est souhaitable. La deuxième évolution s'intéresse à l'élargissement de l'objet de recherche. Tout d'abord, un élargissement en termes de terrains d'observation est constaté, toutes les organisations doivent être prises en considération. Ensuite, c'est la nature même du questionnement qui se transforme. En plus des questions

traditionnelles sur l'homogénéisation des formes organisationnelles, des interrogations sur le processus de changement institutionnel apparaissent. De ce fait, les problématiques autour de la réintégration de l'agent et de ses capacités stratégiques émergent. Le troisième point se rapporte à la combinaison des différentes logiques explicatives des phénomènes organisationnels. En ce sens, des auteurs comme Boitier et Rivière (2008) ont contribué au renouvellement de la théorie néo-institutionnelle en mettant en évidence son pouvoir explicatif, qui ne demeure plus uniquement concentré sur des phénomènes mimétiques et statiques, déterminés par les institutions et en combinant la théorie néo-institutionnelle à des théories complémentaires (théorie de la structuration, théorie de la dépendance aux ressources, sociologie wébérienne et théorie des réseaux sociaux). Ainsi, la combinaison de cadres théoriques complémentaires peut être une voie de recherche pour dépasser les critiques faites au courant néo-institutionnel.

2. APPORTS DE L'UTILISATION D'UN DOUBLE CADRE THEORIQUE

Nous avons vu que chacun des cadres théoriques peut expliquer la mise en place par les entreprises d'une vérification sociétale. En effet, il semble établi que l'adoption de pratiques de vérification sociétale est influencée par plusieurs facteurs (Simnett et al., 2009 ; Kolk et Perego, 2010), notamment des facteurs organisationnels internes à l'entreprise (issus des théories contractuelles) et des facteurs institutionnels externes à l'entreprise (issus des théories néo-institutionnelles).

Dans le cadre théorique contractuel, les pratiques de vérification des informations sociétales sont conçues comme des mécanismes permettant de crédibiliser le reporting sociétal aux yeux d'un ensemble de stakeholders. Cette approche ne prend cependant pas en compte l'encastrement social du comportement des acteurs (Capron et Quairel, 2007). L'étude de l'environnement extérieur à l'entreprise est également laissée de côté.

Dans le cadre théorique néo-institutionnel, la mise en place de vérifications sociétales est vue comme une réponse apportée aux pressions institutionnelles. Ainsi, les entreprises mettent en place une vérification de leurs informations sociétales parce que cette pratique est souhaitée par l'environnement, et ce, dans le but d'acquérir le soutien de ce dernier. La limite réside dans le danger de réduire la mise en place de telles pratiques à de simples outils de

communication externe au service de l'image de l'entreprise, détournant ainsi leur mise en place de leur finalité première (Gond et Mullenbach, 2004).
L'utilisation de cadres théoriques multiples permet donc d'appréhender tous les facteurs explicatifs de la mise en place d'une vérification sociétale. La prise en compte des contextes internes et externes aux entreprises à partir de socles théoriques différents mais complémentaires, semble être un moyen judicieux d'étudier la mise en place d'une vérification sociétale.

Il est intéressant de synthétiser les caractéristiques de chacun des cadres pour mieux appréhender leur complémentarité. Pour ce faire nous proposons un tableau (cf. tableau 12) résumant les particularités, les limites et les contributions de chacun des cadres retenus :

Tableau 12 : Synthèse et caractéristiques des cadres théoriques mobilisés pour la recherche

	Cadres théoriques mobilisés	
	Théories contractuelles	**Théories néo-institutionnelles**
Concepts centraux	L'entreprise est vue comme un « *nœud de contrats* » formels ou informels souvent générateurs de conflits et de coûts : - vision contractuelle de l'organisation - rationalité des individus - recherche d'efficience	Les entreprises adoptent des pratiques que les institutions exigent d'elles dans le but d'accroître leur légitimité institutionnelle et leur pouvoir : - les organisations tendent à devenir homogènes - soumissions à des pressions institutionnelles - recherche de légitimité
Conception de la comptabilité sociétale	Informer les parties prenantes primaires et attester de la fiabilité de l'information et ainsi contribuer à la rentabilité de l'entreprise	Gérer les enjeux sociaux dans un objectif d'obtention de légitimité
Eléments composant l'environnement	Marché et parties prenantes primaires	Ensemble de parties prenantes (primaires et secondaires)
Objectifs et visée des théories	Explicatif : expliquer le comportement des organisations en expliquant les différences de structures adoptées par ces organisations et en déterminant un ensemble de caractéristiques organisationnelles qui permettent de comprendre leur fonctionnement (Charreaux et Pitol-Belin, 1985)	Explicatif et compréhensif : étude des relations entre les organisations et l'influence de l'environnement social sur les entreprises
Théories dominantes	Théories positives de la comptabilité, théorie de l'agence, théories financières, théories contractuelles de la firme, théorie des parties prenantes (vision instrumentale)	Théories institutionnelles des organisations, théories de la légitimité, théorie des parties prenantes (vision normative)
Contexte d'étude	Prise en compte du contexte uniquement interne à l'entreprise pour expliquer son comportement	Prise en compte du contexte externe à l'entreprise pour expliquer et décrire son comportement
Contribution du double cadre théorique pour la recherche	Prise en compte du contexte interne et externe, prise en compte des facteurs économiques et contractuels aussi bien que des facteurs liés à l'environnement institutionnel de l'entreprise pour expliquer son comportement	

Pour le cadre théorique contractuel, la vérification des informations sociétales a pour but d'informer les parties prenantes primaires et d'attester aux parties intéressées de la fiabilité de l'information, et ainsi, contribuer à la rentabilité de l'entreprise. La vérification sociétale est analysée dans le cadre des théories néo-institutionnelles comme une gestion des enjeux sociaux, dans un objectif d'obtention ou de maintien de légitimité. L'objectif de chacun de ces cadres théoriques est similaire dans la mesure où tous les deux permettent d'expliquer le comportement des organisations et l'adoption de structures et de pratiques au sein de celles-ci.

Cependant, ils ont des points de vue différents, puisque les théories contractuelles permettent d'expliquer le comportement des organisations en déterminant un ensemble de caractéristiques organisationnelles spécifiques à chaque organisation, alors que les théories néo-institutionnelles permettent d'expliquer ce comportement par des déterminants liés à l'environnement extérieur, non appréhendés dans les théories précédentes. Ces deux points de vue ne s'excluent pas mutuellement mais peuvent être envisagés de façon complémentaire.

Ainsi, dans le cadre précis de cette recherche, des limites apparaissent dans chacun des deux cadres théoriques mobilisés mais leur association permet de combler les lacunes de chacun des cadres. L'utilisation d'un seul cadre aurait donc omis un ensemble de facteurs déterminants dans l'explication du comportement des entreprises, et notamment, dans *la mise en place d'une vérification des informations sociétales*. Un double cadre théorique sera donc utilisé.

Bien que ces deux cadres de recherche reposent sur des bases différentes, l'objectif poursuivi est le même (Tixier et Jeanjean, 2000) : l'explication de la mise en place par les entreprises d'une vérification de leurs informations sociétales.
Ainsi, mobiliser dans cette recherche, ce double cadre théorique permet de mieux comprendre les pratiques de vérification des données sociétales, en les appréhendant à l'aide de cadres à la fois hétérogènes et complémentaires.

CONCLUSION DU CHAPITRE 3

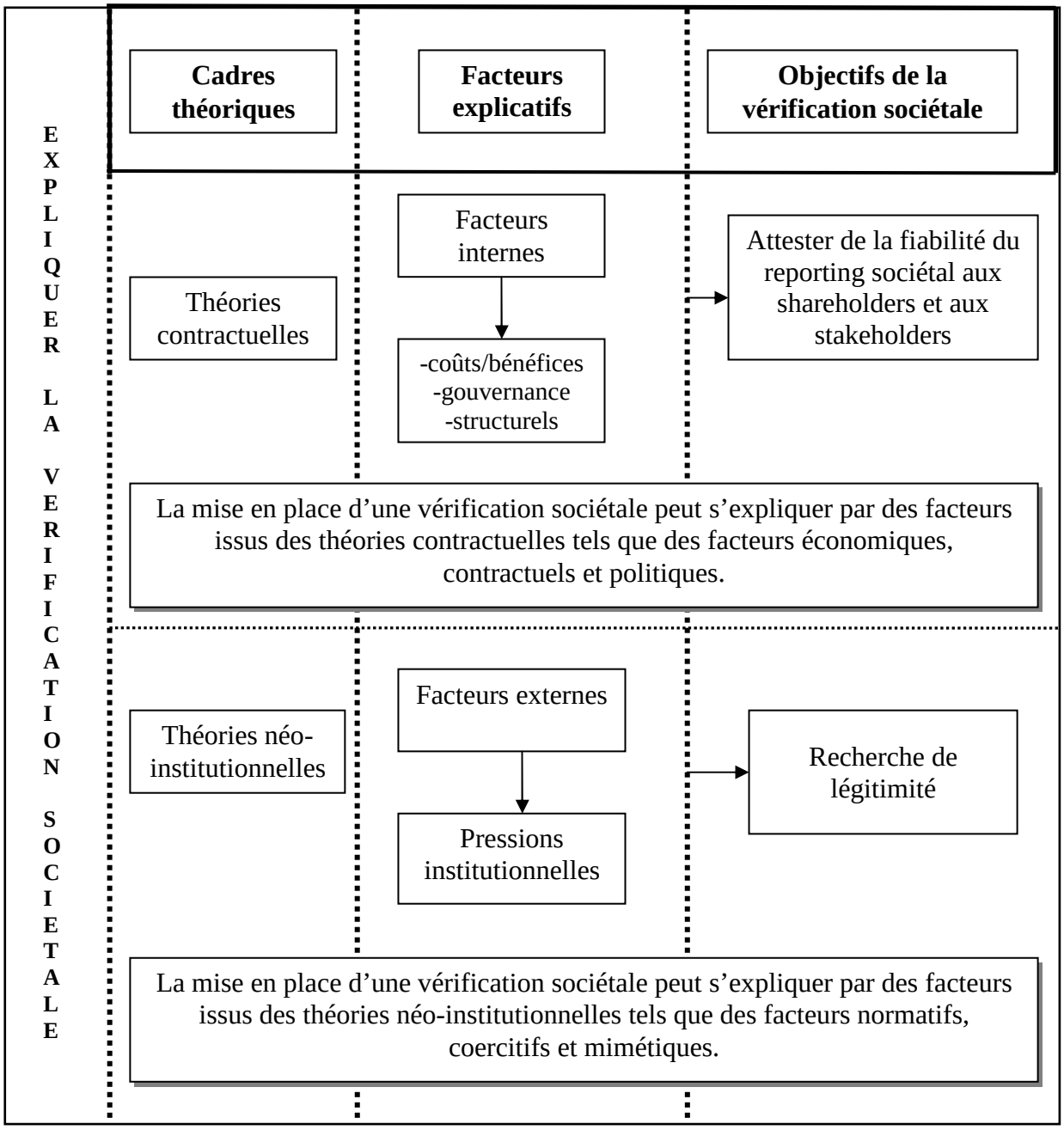
Le chapitre 3 a permis d'apporter un éclairage sur les théories mobilisées dans les études antérieures. La vérification des données sociétales a donc été étudiée au regard d'un cadre multi-théorique combinant l'approche contractuelle et l'approche néo-institutionnelle de la légitimité.

Dans un premier temps, nous avons présenté une revue de la littérature des cadres théoriques utilisés de manière globale en comptabilité sociétale, pour ensuite recentrer l'étude sur l'objet de recherche *la vérification des informations sociétales*. Dans un deuxième temps, une analyse de chaque cadre théorique a été effectuée. La mise en place d'une vérification sociétale a été étudiée au regard des théories contractuelles (Jensen et Meckling, 1976). Dans cette approche, on considère la mise en place d'une vérification sociétale comme un mécanisme permettant d'attester la fiabilité du reporting sociétal aux actionnaires (vision actionnariale), et également, aux autres parties prenantes (vision partenariale). L'objectif de création de valeur est un des piliers qui sous tend cette vision. Les théories contractuelles ne permettant pas d'appréhender tous les contours de la mise en place de vérifications sociétales et n'expliquant que partiellement cette pratique, nous avons étudié cette pratique à la lumière des théories néo-institutionnelles de la légitimité. Analyser la mise en place d'une vérification des informations sociétales, au regard des théories néo-institutionnelles, revient à considérer cette pratique comme une réponse apportée aux contraintes institutionnelles de la société en ayant des comportements isomorphiques dans un objectif d'obtention de légitimité (Meyer et Rowan, 1977 ; DiMaggio et Powell, 1991). Enfin, nous avons justifié le choix d'un double cadre théorique pour la recherche en présentant les limites de chaque cadre et leurs contributions.

La réflexion menée sur l'utilisation de cadres théoriques adéquats pour la présente recherche a montré que la combinaison de plusieurs théories concomitantes était importante. En effet, les études portant sur la vérification sociétale étant à la croisée de plusieurs champs de recherche, elles nécessitent l'utilisation d'un cadre théorique mixte (Rivière-Giordano, 2007a). La combinaison des deux cadres théoriques retenus pour la recherche apparaît donc primordiale pour permettre, par la suite, d'expliquer le comportement des entreprises mettant en place une vérification sociétale.

La figure 32 ci-dessous résume les deux cadres théoriques contractuels et institutionnels retenus pour l'étude de la mise en place d'une vérification sociétale.

Figure 32 : Double lecture théorique mobilisée pour expliquer la mise en place d'une vérification sociétale



Comme l'illustre la figure précédente, nous suggérons tout d'abord que la mise en place d'une vérification sociétale peut s'expliquer par des facteurs issus des théories contractuelles tels que des facteurs économiques, contractuels et politiques. Dans un deuxième temps, mais de

façon non disparate, nous suggérons que la mise en place d'une vérification sociétale peut s'expliquer par des facteurs issus des théories néo-institutionnelles tels que des facteurs normatifs, coercitifs et mimétiques.

Ainsi, il est important de se pencher sur un modèle de recherche intégrateur afin de combiner des cadres théoriques interdisciplinaires, à la fois organisationnels et institutionnels, pour appréhender un phénomène multidimensionnel (Gladwin et al., 1995).
Nous supposons donc que ces deux approches théoriques sont complémentaires et permettront d'analyser la mise en place d'une vérification sociétale dans sa globalité.

CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE

La première partie a eu pour objectif de présenter les aspects théoriques de la recherche.

Le premier chapitre a consisté à présenter le concept de diffusion d'informations sociétales (chapitre1). Nous avons tout d'abord exposé les évolutions et les diverses définitions du reporting sociétal, puis le cadre réglementaire et normatif le concernant, et enfin, la littérature relative à ce champ d'étude. L'analyse des différentes définitions du reporting sociétal a permis de mettre en avant les confusions existantes avec le concept de comptabilité sociétale (Capron, 2000b). Le reporting sociétal, alors repositionné à l'intérieur du champ de la comptabilité sociétale, est perçu comme un mécanisme de diffusion des informations sociétales.

Bien que la publication d'informations sociétales soit moins uniformisée que la publication d'informations financières (normes internationales IFRS), de multiples normes ou recommandations ont vu le jour ces dernières années. S'agissant des réglementations, la plus connue reste la loi française sur les Nouvelles Régulations Economiques (NRE). Pour les normes, les lignes directrices de la Global Reporting Initiative (GRI), qui sont les plus utilisées par les entreprises, servent de référence pour la mise en place d'un reporting sociétal. Si la norme ISO 26000, actuellement en cours d'élaboration, voit le jour, elle pourrait bien introduire de nouvelles prérogatives dans le domaine et donner un nouveau cadre de référence à de telles pratiques de RSE.

L'analyse de la revue de la littérature a mis en exergue l'évolution des études académiques. Au départ essentiellement descriptives, ces études sont aujourd'hui majoritairement explicatives. Cependant, les difficultés liées à la mesure de certaines variables, comme la performance sociétale, sont des freins à ces recherches empiriques. De plus, une autre limite réside dans la pertinence et la justesse pouvant être accordées aux informations diffusées par les entreprises (Essid, 2009).

L'étude théorique de la vérification sociétale a fait l'objet du deuxième chapitre (chapitre 2). Tout comme pour l'étude du reporting sociétal, nous avons débuté ce chapitre en présentant le cadre conceptuel de la vérification sociétale en nous penchant sur les origines, définitions et

terminologies employées. L'analyse conceptuelle nous a permis de mettre en exergue l'insertion de la vérification sociétale dans une démarche plus large, incluant la mise en place d'indicateurs sociétaux et leur vérification. Dans ce processus, la dernière étape se conclue par la publication de ces informations sociétales vérifiées par un tiers extérieur (Antheaume, 2003 ; Park et Brorson, 2005). La vérification est perçue comme un mécanisme permettant d'augmenter la confiance des utilisateurs de cette information. Il s'agit d'un mécanisme de crédibilisation du reporting sociétal (Zadek et al., 2004 ; Deegan et al., 2006 ; Rivière-Giordano, 2007a et b).

Par la suite, nous avons présenté les normes pouvant servir de référence à toutes pratiques de vérification sociétale. Les lignes directrices de la Global Reporting initiative (GRI), l'Assurance Standard AA1000AS et l'ISAE3000 (International Standard on Assurance Engagement) semblent être les principes les plus reconnus en la matière. Une comparaison des ces trois normes a permis de mettre en exergue la possibilité de les combiner (Lansen-Rogers et Oelschlaegel, 2005).

L'étude de la littérature académique sur la vérification des informations sociétales a mis en évidence le faible nombre de recherches spécifiques aux déterminants de la vérification des informations sociétales. Ce n'est que très récemment que des études anglo-saxonnes se sont penchées sur la question des facteurs explicatifs de cette vérification (Herda et Taylor, 2009 ; Simnett et al., 2009 ; Kolk et Perego, 2010). Cependant, ces études sont uniquement internationales, ce qui rend l'accessibilité aux données contraignante et parfois impossible. De plus, l'absence de prise en compte de certains facteurs explicatifs (mécanisme de gouvernance interne) et l'utilisation d'un cadre théorique unique limitent l'étude de la vérification sociétale.

Le troisième chapitre a présenté le cadre théorique utilisé dans la présente recherche (Chapitre 3). L'objectif de ce chapitre était de mettre en exergue et d'apporter un éclairage sur les théories mobilisées dans les études antérieures. Dans un premier temps, nous avons présenté une revue de la littérature des cadres théoriques utilisés de manière globale en comptabilité sociétale, pour ensuite recentrer sur l'objet de recherche. A la suite de l'étude de la littérature, la combinaison de plusieurs théories concomitantes est apparue importante. Comme le fait remarquer Rivière-Giordano (2007a), les études portant sur la vérification sociétale étant à la croisée de plusieurs champs de recherche, elles nécessitent l'utilisation d'un cadre multi-

théorique. Ainsi, chaque cadre théorique retenu dans la recherche a fait l'objet d'un développement. Dans la présente étude, nous retenons donc, d'une part, les théories contractuelles et, d'autre part, les théories néo-institutionnelles. La vérification sociétale est alors analysée comme un mécanisme permettant de fiabiliser le reporting sociétal dans un objectif de création de valeur pour l'entreprise (valeur actionnariale ou valeur partenariale). La vérification sociétale est également analysée comme une réponse apportée aux différentes pressions institutionnelles émanant de la société dans un objectif d'obtention de légitimité.

La partie suivante est consacrée aux études empiriques. Pour répondre à la problématique de recherche, à savoir : « quels sont les déterminants de la mise en place d'une vérification volontaire des informations sociétales ? », deux études sont menées. La première, qui est qualitative et à visée exploratoire, consiste à mener des entretiens semi-directifs. La deuxième adopte une démarche quantitative afin d'étudier, dans le contexte français, les facteurs influençant la mise en place d'une vérification.

DEUXIEME PARTIE - ETUDE EMPIRIQUE DE LA MISE EN PLACE DE VERIFICATION DES INFORMATIONS SOCIETALES DANS LE CONTEXTE FRANÇAIS

Après avoir présenté, dans une première partie, les aspects théoriques de la problématique, nous abordons dans cette deuxième partie les études empiriques.

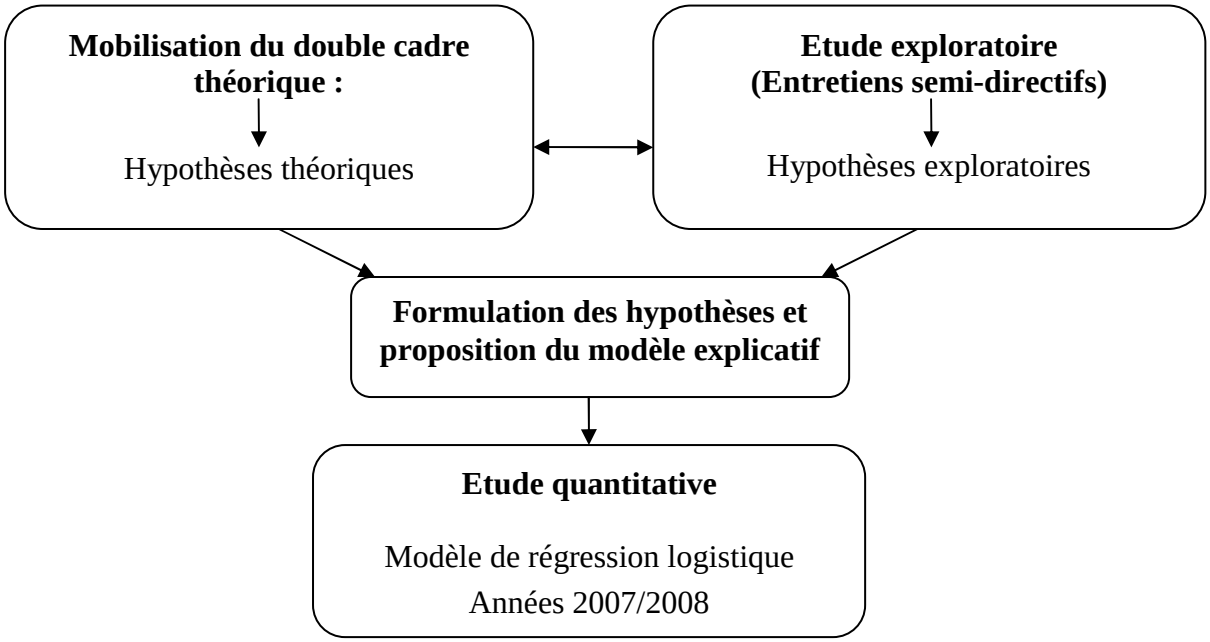
L'objectif de la présente recherche est d'étudier les facteurs pouvant avoir une influence sur la mise en place par les entreprises d'une vérification volontaire des informations sociétales.
La problématique est formulée de la manière suivante : Quels sont les déterminants de la mise en place d'une vérification volontaire des informations sociétales ?

L'étude empirique comporte deux étapes :

- une étude exploratoire qualitative qui consiste à mieux cerner le sujet, affiner la problématique de recherche et faire émerger des hypothèses et des idées qui ne seraient pas apparues au cours des lectures théoriques.
- une étude quantitative qui a pour objectif d'étudier les facteurs contractuels et institutionnels à travers la proposition d'un modèle explicatif de la mise en place de vérifications sociétales par les entreprises françaises.

La figure suivante présente le protocole de la recherche avec les deux étapes de l'étude.

Figure 33 : Protocole de la recherche



Dans cette seconde partie, tout d'abord nous présentons les résultats de l'étude qualitative (Chapitre 4). La logique exploratoire de cette première recherche empirique a été motivée par le faible nombre d'études sur le thème des déterminants de la vérification des informations sociétales. L'objectif est ici d'éclairer l'objet de recherche en complétant la littérature et de contribuer à la formulation des hypothèses. Ces hypothèses ainsi que celles issues de la revue de la littérature sont ensuite présentées (Chapitre 5). Enfin, après avoir décrit la méthodologie de l'étude quantitative, nous en présentons les résultats (Chapitre 6). L'objectif de cette étude est de déterminer au moyen de régressions logistiques les facteurs explicatifs du recours à une vérification des informations sociétales.

CHAPITRE – 4

Etude exploratoire qualitative

Introduction

SECTION 1- METHODOLOGIE DE L'ETUDE EXPLORATOIRE

1. Choix des entretiens semi-directifs et sélection de l'échantillon

2. Recueil et analyse des données qualitatives

SECTION 2 – RESULTATS DE L'ANALYSE DES ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS

1. La notion de vérification sociétale

2. Les enjeux de la mise en place d'une mission de vérification sociétale

3. Les obstacles à la vérification sociétale

SECTION 3 – DISCUSSION DES RESULTATS DE L'ETUDE EXPLORATOIRE

1. Interprétation des résultats de la phase exploratoire

2. Synthèse et apports de l'étude exploratoire pour l'étude quantitative

Conclusion

INTRODUCTION DU CHAPITRE 4

L'étude exploratoire fait l'objet de ce présent chapitre. La mise en place de la vérification sociétale étant encore peu étudiée, une exploration du phénomène en amont de l'étude quantitative semble primordiale. Il s'agit dans cette phase de mieux cerner le sujet, d'affiner la problématique de recherche et de faire émerger des hypothèses et des idées qui ne seraient pas apparues au cours des lectures théoriques. Il est important de préciser que l'étude réalisée à ce stade est de type exploratoire, son objectif n'est pas de valider des hypothèses de recherche mais bien d'apporter un éclairage sur l'objet étudié (Quivy et Van Campenhoudt, 2006).
Ainsi, cette phase a un double objectif : éclairer l'objet de recherche en complétant la littérature et contribuer à la formulation des hypothèses de recherche.

Une approche en trois phases a été adoptée. Il s'agit tout d'abord d'interroger les entreprises mettant ou non en place une vérification de leurs informations sociétales. Ce premier échantillon est composé de responsables développement durable de grands groupes français. Une deuxième série d'entretiens a été menée auprès des cabinets d'audit internationaux. Lors de cette phase, les experts développement durable en charge des missions de vérification des informations sociétales dans les cabinets d'audit ont été sollicités. Enfin, la troisième série d'entretiens a été menée auprès de diverses parties prenantes pouvant apporter des informations importantes pour la suite de la recherche. Les parties interrogées étaient des agences de notations extra-financières et un expert développement durable auprès d'une organisation patronale. La figure 34 résume les trois séries d'entretiens.

Figure 34 : Les trois phases de l'étude qualitative exploratoire

1er série => Entretiens auprès des **responsables DD** d'entreprises françaises

2ème série => Entretiens auprès de **vérificateurs sociétaux** de cabinets d'audit

3ème série => Entretiens auprès de diverses **parties prenantes**

Après avoir présenté la méthodologie de recherche retenue (section 1), nous exposons les résultats des analyses des entretiens semi-directifs auprès de chaque catégorie d'acteurs interviewés. Nous étayons nos développements par des verbatim issus des différents entretiens, pour apporter un élément de validation supplémentaire au travail d'analyse (section 2). Ensuite nous discutons les résultats obtenus lors de cette phase exploratoire afin de dégager les apports pour la réalisation de l'étude quantitative (section 3).

SECTION 1 – METHODOLOGIE DE L'ETUDE EXPLORATOIRE

Cette première section est consacrée à la définition des objectifs et à la présentation de la méthodologie de l'étude exploratoire qualitative. Pour mener à bien cette phase, nous avons réalisé plusieurs séries d'entretiens individuels semi-directifs auprès de différents acteurs. Les entretiens ont été réalisés à l'aide de guides d'entretiens préalablement définis. Ces guides d'entretiens sont spécifiques à chaque catégorie d'acteurs. Les informations recueillies sont traitées par la méthode de l'analyse de contenu thématique.

Dans cette section, nous allons tout d'abord présenter le choix des entretiens semi-directifs et la sélection de l'échantillon (1). La présentation des guides d'entretiens construits pour réaliser l'étude ainsi que la démarche adoptée pour le recueil et l'analyse des données qualitatives sont ensuite exposées (2).

1. CHOIX DES ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS ET SELECTION DE L'ECHANTILLON

Dans le cadre de la recherche exploratoire nous avons réalisé des entretiens auprès de différents acteurs. Le choix de réaliser des entretiens exploratoires repose sur le désir d'appréhender la perception des différents acteurs sur les motivations des entreprises à réaliser une vérification des données sociétales. Les entretiens étant particulièrement pertinents pour analyser le sens que les acteurs donnent aux pratiques dont ils ont pu être les témoins actifs, cette méthode de recherche a semblé appropriée. En effet, les entretiens ont « *pour objet de recueillir les traces des comportements, les interactions sociales et les perceptions par le discours des acteurs* » (Wacheux 1996, p.205). Ils constituent des sources importantes et privilégiées de recueil d'informations. « *L'entretien est une technique destinée à collecter, dans la perspective de leur analyse, des données discursives reflétant notamment l'univers mental conscient ou inconscient des individus* » (Thiétart 2007 p.235).

Blanchet et Gotman (2005) précisent que « …*Les entretiens exploratoires ont pour fonction de mettre en lumière les aspects du phénomène auxquels le chercheur ne peut penser spontanément et de compléter les pistes de travail suggérées par ses lectures* » (p.43).

Les entretiens sont individuels et réalisés dans la majorité des cas en face à face. L'entretien individuel permet d'éviter des pressions exercées par un groupe et de ce fait génère davantage d'idées que les réunions de groupe (Fern, 1982). Les entretiens réalisés sont semi-directifs car l'emploi d'un guide dans lequel des thèmes ont été au préalable définis est nécessaire pour le déroulement de l'entretien.

L'objectif de cette étape exploratoire réalisée à l'aide d'entretiens individuels semi-directifs est donc de collecter un maximum d'informations riches et diversifiées. Cette phase de la recherche permettant ainsi d'examiner et d'explorer un phénomène à étudier est donc un préalable nécessaire à une recherche plus approfondie.

La recherche qualitative exploratoire est caractérisée par « *des échantillons de taille réduite qui n'ont aucun objectif de représentativité au sens statistique du terme, mais qui répondent à des critères de pertinence de la structure de la population étudiée compte tenu du problème spécifique de l'étude* » (Evrard et al., 2003, p.100). Dans le cadre de cette recherche, les entretiens ont été réalisés auprès d'un ensemble d'acteurs susceptibles de nous renseigner sur l'objet de recherche et d'apporter des informations importantes pour la formulation de nos hypothèses. L'échantillon de l'étude étant réduit, il ne s'agit pas de procéder à une généralisation des résultats mais d'apporter une meilleure compréhension du phénomène étudié. Il ne s'agit pas d'avoir une représentativité statistique et un échantillon complet mais d'explorer suffisamment la variété des situations (Roussel et Wacheux, 2005, p.106). Le critère de la saturation sémantique a été utilisé pour déterminer la taille de l'échantillon.
Pour diversifier les points de vue et avoir une vision variée des motivations et déterminants de la vérification sociétale, trois catégories d'acteurs ont été sélectionnées : les responsables en charge des départements développement durable d'entreprises françaises (1.1), les personnes réalisant les missions de vérification (1.2), et des tiers externes et indépendants à l'entreprise (1.3).

1.1. L'ECHANTILLON DES ENTREPRISES INTERVIEWEES

Dans le cadre de la présente recherche nous avons choisi de réaliser des entretiens au sein des départements développement durable d'entreprises françaises cotées. Il s'agit de se positionner du coté du producteur de l'information sociétale. Pour répondre à la

problématique, il est essentiel de recueillir des informations provenant à la fois des entreprises qui mettent en place une vérification de leurs données sociétales mais également des entreprises qui ne procèdent pas à ce type de vérification. Ainsi, deux types de personnes ont été interviewés dans cette première phase exploratoire : des responsables développement durable appartenant à des entreprises faisant vérifier leurs informations sociétales et des responsables développement durable appartenant à des entreprises ne réalisant pas de vérification sociétale.

En fonction des réponses positives obtenues des responsables développement durable sollicités, l'échantillon est composé de sept entreprises parmi lesquelles cinq font vérifier leurs informations sociétales par un expert et deux ne réalisent pas ce type de mission. Le tableau 13 ci-dessous illustre les différentes caractéristiques des entretiens et des entreprises composant l'échantillon.

Tableau 13 : Caractéristiques des entretiens et des entreprises de l'échantillon

Entreprise	Fonction de l'interviewé	Secteur d'activité	Type de l'entretien	Durée de l'entretien
Entreprises réalisant une vérification de leurs informations sociétales				
E.1	Directeur développement durable	Pétrole et Gaz naturel	Entretien téléphonique	1h
E.2	Directrice développement durable	Médias	Entretien en face à face	1h30
E.3	Directeur intégration développement durable	Agroalimentaire	Entretien en face à face	2h
E.4	Responsable communication développement durable	Distribution	Entretien en face à face	40min
E.5	Chargée de mission à la direction du développement durable	Services	Entretien en face à face	1h15
Entreprises ne réalisant pas de vérification de leurs informations sociétales				
E.6	Directrice du développement durable	Equipement	Entretien téléphonique	35min
E.7	Directeur du développement durable	Equipement	Entretien en face à face	45min

Il a été important d'interviewer des experts impliqués au sein de leur entreprise dans les missions de développement durable et donc susceptibles de fournir un maximum

d'informations exploitables. Les personnes interrogées lors de cette série d'entretiens sont en grande majorité des responsables développement durable de grands groupes français cotés. Seul, un entretien s'est déroulé avec un responsable communication développement durable. Les répondants ont tous des fonctions à fortes responsabilités au sein de la structure ou services développement durable, ils sont considérés comme des experts ayant pour rôle de promouvoir et de mettre en œuvre les actions développement durable dans leur entreprise.

1.2. L'ECHANTILLON DES VERIFICATEURS INTERVIEWES

Nous avons également réalisé des entretiens auprès des vérificateurs réalisant la mission de vérification des informations sociétales. Dans le contexte français, la plupart des vérificateurs sont des experts appartenant à des cabinets d'audit internationaux (Gillet, 2010) et faisant donc partie des professionnels de l'audit. La décision de réaliser des entretiens auprès de ces professionnels est née de l'importance de recueillir des informations provenant des personnes ayant la compétence et l'expertise pour réaliser les missions de vérification. De plus, ces professionnels sont censés avoir un avis indépendant et externe sur la question de recherche. Les interviewés sont également des vérificateurs ayant réalisé les missions de vérification des informations sociétales des entreprises faisant partie du premier échantillon provenant de la phase initiale de l'étude qualitative. Comme le précisent Owen et O'Dwyer (2005) dans leurs prolongements de recherche, il est intéressant d'interviewer les prestataires de vérifications sociétales afin d'examiner en profondeur les complexités et les défis de ces missions et d'obtenir leurs points de vue.

Concernant les entretiens réalisés auprès des vérificateurs des informations sociétales, l'échantillon est composé de trois vérificateurs. Tous les vérificateurs sont des experts développement durable auprès de cabinets d'audit internationaux appartenant aux « Big Four ». Le tableau 14 décrit les caractéristiques des entretiens réalisés auprès des vérificateurs des informations sociétales.

Tableau 14 : Caractéristiques des entretiens auprès des vérificateurs

Vérificateur	Fonction de l'interviewé	Type de l'entretien	Durée de l'entretien
V.1	Associé responsable au sein du Département Développement Durable	Entretien en face à face	1h20
V.2	Senior Consultant au sein du département Développement Durable	Entretien en face à face	1h30
V.3	Senior Consultant au sein du département Développement Durable	Entretien en face à face	1h

Les personnes interrogées dans cette deuxième phase sont des experts développement durable au sein des cabinets d'audit internationaux et réalisant les missions de vérification des informations sociétales. Un des répondants est l'associé responsable du département développement durable et les autres sont des consultants seniors. Il est important de préciser que les experts développement durable interrogés appartiennent à trois différents cabinets d'audit des « Big Four ». Dans ces trois cabinets, des services en charge des questions liées au développement durable ont été créés ; les experts interviewés appartiennent à ces services.

1.3. L'ECHANTILLON DES PARTIES PRENANTES INTERVIEWEES

Pour compléter les deux premières phases, nous avons réalisé une troisième série d'entretiens auprès de diverses parties prenantes concernées par les missions de vérification sociétale. L'objectif n'était pas de généraliser les conclusions obtenues mais d'apporter une meilleure compréhension du phénomène étudié, d'où la nécessité d'interviewer des parties prenantes hétérogènes. Les répondants sont tous des parties prenantes externes aux entreprises, ils représentent une source d'information clé riche pour l'étude de l'objet de recherche.

Ainsi, trois entretiens ont été réalisés auprès de diverses parties prenantes, dont un a été effectué simultanément avec deux interviewés. Comme le montre le tableau 15, quatre personnes ont donc été interrogées.

Tableau 15 : Caractéristiques des entretiens auprès des parties prenantes

Partie prenante	Fonction de l'interviewé	Type d'organisation	Type de l'entretien	Durée de l'entretien
P.1	Directeur Général d'une agence de notation extra-financière	Agence de notation extra-financière	Entretien téléphonique	25min
P.2	- Analyste ISR + - Auditeur Département Audits en Responsabilité Sociale	Agence de notation extra-financière	Entretien en face à face	1h15
P.3	Président du groupe de travail sur le reporting et la notation extra-financière	Organisation patronale	Entretien en face à face	1h

Les quatre répondants sont issus de trois organisations différentes. Le premier est le directeur d'une agence de notation extra-financière. Les deux répondants suivants sont des salariés d'une agence de notation extra-financière différente de la première ; l'un est analyste Investissement Socialement Responsable et l'autre est auditeur spécialisé en RSE. L'agence de notation extra-financière en question a créé un service spécialisé nommé « Audit RSE ». Ce service est composé de tiers indépendants qui réalisent des missions d'audit de RSE d'entreprises, d'administrations et de collectivités territoriales. Ces auditeurs ne font pas partie des cabinets d'audit internationaux et leur mission est également différente. Le dernier répondant est président d'un groupe de travail sur le reporting sociétal et sur la notation extra-financière au sein d'une organisation patronale.

2. RECUEIL ET ANALYSE DES DONNEES QUALITATIVES

Dans un premier temps, nous présentons les différents guides d'entretiens élaborés (2.1). Dans un second temps, nous décrivons la technique d'analyse retenue et la méthodologie employée, à savoir l'analyse thématique (2.2).

2.1. LES GUIDES D'ENTRETIENS

L'entretien individuel en face à face entre le chercheur et la personne interviewée est effectué à l'aide d'un guide d'entretien réalisé au préalable sur le thème concerné, mais qui peut

évoluer et être modifié au cours de l'entretien. Le chercheur doit donc être flexible pour s'adapter aux différents contextes dans lesquels l'exploration est réalisée et aux différentes attitudes que vont avoir les sujets.

Il s'agit d'entretiens semi-directifs où le(s) guide(s) réalisé(s) permet(tent) d'aborder des thèmes préalablement définis avec des questions de présentation et d'introduction, des questions principales concernant le thème abordé, des questions d'investigation permettant d'éclaircir des notions imprécises et des questions d'implication visant à préciser une idée (Thiétart 2007 p.236). Les guides d'entretien ont principalement été construits en s'appuyant sur les lectures afférentes au sujet traité. Ils comportent donc plusieurs parties avec une section introductive visant à présenter la recherche et également à informer le répondant des modalités de l'entretien et des aspects déontologiques. Nous avons suivi les recommandations de Fontana et Frey (2000, p660) qui précisent que « *le chercheur doit commencer par briser la glace avec des questions générales, puis s'orienter progressivement vers des questions plus spécifiques* ». Ainsi, la première partie des questions destinées à l'interviewé concerne sa carrière, sa formation et ensuite l'organisation de l'entreprise. La deuxième série de questions porte sur le thème concerné par la recherche avec une série de questions générales au départ comme « *Qu'évoque pour vous la notion de responsabilité sociale de l'entreprise ?* » pour ensuite recentrer l'entretien sur des questions plus précises comme « *Quelle a été la méthodologie de la mise en place de cette vérification ?* » ou « *Selon vous, quel est l'intérêt de mettre en place une vérification des informations sociétales ?* ».

Nous présentons la structure générale des guides d'entretiens dans la figure suivante.

Figure 35 : Structure générale des guides d'entretiens

I. Phase de présentation

⇨ Se présenter et présenter la recherche
⇨ Modalités de réalisation de l'entretien
⇨ Aspects de déontologie professionnelle

II. Phase de description de l'interviewé et de l'organisation

⇨ Grandes lignes de la carrière professionnelle de l'interviewé
⇨ Description de la fonction actuelle de l'interviewé
⇨ Structure de l'entreprise / cabinet / agence et organisation

III. Phase d'écoute active sur le thème concerné

⇨ Généralités sur les concepts sociétaux

⇨ Questions sur le reporting sociétal

⇨ Questions sur la vérification sociétale

La diversité des interlocuteurs a conduit à mettre en place plusieurs versions du guide d'entretien de départ. Ainsi pour chaque type d'acteurs interviewés, un guide d'entretien spécifique a été construit mais tous les guides d'entretien suivent la même structure. Au total, cinq guides d'entretiens différents ont été élaborés (Annexe 6 : Guides d'entretiens) :

- un guide d'entretien pour les entreprises mettant en place une vérification sociétale
- un guide d'entretien pour les entreprises ne mettant pas en place de vérification sociétale
- un guide d'entretien pour les experts DD des cabinets d'audit internationaux
- un guide d'entretien pour les agences de notation
- un guide d'entretien pour l'organisation patronale

Les quatre figures suivantes présentent la structure de chaque guide d'entretien.

Les entretiens auprès des responsables développement durable d'entreprises françaises ont été les premiers entretiens réalisés. Il a été nécessaire d'adapter le guide en fonction de l'existence ou non d'une vérification des informations sociétales. Pour ce faire deux guides

d’entretiens ont été élaborés avec des questions différentes dans la troisième partie « *Questions sur la vérification* ». Nous présentons les deux guides d’entretiens dans une seule figure, dans laquelle seules les questions de la dernière partie diffèrent. La figure 36 ci-dessous présente donc les guides construits pour la réalisation des entretiens auprès des responsables développement durable.

Figure 36 : Structure du guide d'entretien pour les entreprises

Phase d'écoute active sur le thème concerné

⇨ **Généralité sur les concepts sociétaux**

- De façon générale, comment définiriez-vous les notions de DD et de RSE ?

- Selon vous, pourquoi ces concepts sont-ils importants ?

- Comment cela se traduit-il au niveau de votre entreprise ?

⇨ **Questions sur le reporting sociétal**

- Qu'évoque pour vous la notion de reporting sociétal et comment le définiriez-vous ?

- Avez-vous mis en place des processus de reporting sociétal et si oui comment les avez-vous mis en place ?

- Avez-vous rencontré des difficultés ou des obstacles dans la mise en place d'un tel reporting ?

- Selon vous, pourquoi les entreprises diffusent-elles ce type d'informations ?

⇨ **Questions sur la vérification sociétale**

Entreprises « vérificatrices »

- Qu'évoque pour vous la notion de vérification des informations sociétales et comment la définiriez-vous ?

- Quelle a été la méthodologie de la mise en place de cette vérification ?

- Qui a réalisé la mission de vérification et quels sont les acteurs impliqués dans cette mission ?

- Selon vous, quelles sont les qualités requises d'un vérificateur extérieur et ainsi qui doit vérifier ? Ainsi, quels autres acteurs que les CAC pourraient être aptes à réaliser ce type de mission ?

- Dans votre entreprise, les missions d'audit financier et de vérification des informations sociétales sont-elles en relation ?

- Avez-vous rencontré des difficultés ou des obstacles dans la mise en place de cette procédure ?

- Selon vous, quel est l'intérêt de mettre en place une vérification des informations sociétales?

- Pouvez-vous me dire selon vous, quelles sont les raisons qui poussent certaines entreprises à ne pas faire vérifier leurs informations sociétales ?

⇨ **Questions sur la vérification sociétale**

Entreprises « non vérificatrices »

- Qu'évoque pour vous la notion de vérification des informations sociétales et comment la définiriez-vous ?

- Selon vous, quelles sont les qualités requises d'un vérificateur extérieur et ainsi qui doit vérifier ? Ainsi, quels autres acteurs que les CAC pourraient être aptes à réaliser ce type de mission ?

- Pouvez-vous me dire quelles sont les raisons qui poussent votre entreprise à ne pas faire vérifier ses informations sociétales ?

- Quel est l'intérêt de mettre en place une vérification des informations sociétales et pourquoi les entreprises mettent-elles en place une telle vérification ?

- Chaque année on voit des entreprises passer à l'étape de vérification des informations sociétales, envisagez-vous un jour d'y passer et pourquoi ?

S'agissant des experts développement durable des cabinets d'audit en charge des missions de vérification sociétale, un seul guide d'entretien a été élaboré pour ces acteurs. La figure suivante présente ce guide d'entretien.

Figure 37 : Structure du guide d'entretien pour les vérificateurs sociétaux

Phase d'écoute active sur le thème concerné

⇨ **Généralité sur les concepts sociétaux**

- De façon générale, comment définiriez-vous les notions de DD et de RSE ?

- Selon vous, pourquoi ces concepts sont-ils importants ?

⇨ **Questions sur le reporting sociétal**

- Qu'évoque pour vous la notion de reporting sociétal et comment le définiriez-vous ?

- Selon vous, pourquoi les entreprises diffusent-elles ce type d'informations ?

- Quels types d'informations sociétales les entreprises que vous avez auditées diffusent-elles et pouvez-vous nous citer des exemples ?

⇨ **Questions sur la vérification sociétale**

- Qu'évoque pour vous la notion de vérification des informations sociétales et comment la définiriez-vous ?

- Quelle a été la méthodologie suivie pour la réalisation de la mission de vérifications des informations sociétales ?

- Quelles sont les normes d'audit utilisées par vos équipes pour réaliser les missions de vérification ?

- Les missions d'audit financier et de vérification des informations sociétales sont-elles réalisées par les mêmes équipes d'audit ?

- Existe-t-il un lien entre la mission de vérification sociétale et celle d'audit financier ?

- Vous est-il arrivé de rencontrer des difficultés dans les missions de vérifications sociétales ?

- Avez-vous remarqué une évolution dans la qualité du reporting sociétal et pensez-vous que cela peut avoir un lien avec la mise en place d'une vérification sociétale ?

- Quel est l'intérêt de mettre en place une vérification des informations sociétales et pourquoi les entreprises mettent-elles en place une telle vérification ?

- Pouvez-vous me dire selon vous, quelles sont les raisons qui poussent certaines entreprises à ne pas faire vérifier leurs informations sociétales ?

Enfin pour les parties prenantes interviewées, la construction du guide d'entretien a du être adaptée en fonction du type de parties prenantes. Un guide a donc été élaboré pour les agences de notation extra-financière et un autre pour l'organisation patronale (cf. figure 38).

Figure 38 : Structure du guide d'entretien pour les parties prenantes

Phase d'écoute active sur le thème concerné

Agences de notation	*Organisation patronale*
⇨ **Généralité sur les concepts sociétaux**	⇨ **Généralité sur les concepts sociétaux**
- De façon générale, comment définiriez-vous les notions de DD et de RSE ? - Selon vous, pourquoi ces concepts sont-ils importants ? - Pensez-vous que les agences de notation jouent un rôle dans la mise en place de pratiques de RSE au sein des entreprises ?	- De façon générale, comment définiriez-vous les notions de DD et de RSE ? - Selon vous, pourquoi ces concepts sont-ils importants ? - Quelle est l'implication des dirigeants des entreprises appartenant à votre organisation vis-à-vis des concepts de DD et de RSE ? - Pensez-vous que votre organisation joue un rôle dans la mise en place de pratiques de RSE au sein des entreprises ?
⇨ **Questions sur la notation sociétale et le reporting sociétal**	⇨ **Questions sur le reporting sociétal**
- Qu'évoque pour vous la notion de reporting sociétal et comment le définiriez-vous ? - Selon vous, quel est l'intérêt pour une entreprise de diffuser des informations sociétales ? - Quelle est votre démarche lorsque vous attribuez une note ? Est-ce simplement une note ou également un commentaire ? - La notation extra-financière est-elle effectuée sur le modèle de la notation financière ? - De quelles informations vous servez-vous pour réaliser votre mission de notation extra-financière ?	- Qu'évoque pour vous la notion de reporting sociétal et comment le définiriez-vous ? - Selon vous, pourquoi les entreprises diffusent-elles ce type d'informations ? - Avez-vous remarqué une évolution dans la qualité du reporting sociétal et comment pouvez-vous expliquer cela? - Quelle est la place des dirigeants dans la diffusion d'informations sociétales ? Selon vous les dirigeants sont-ils impliqués dans cette diffusion ?
⇨ **Questions sur la vérification sociétale**	⇨ **Questions sur la vérification sociétale**
- Qu'évoque pour vous la notion de vérification des informations sociétales et comment la définiriez-vous ?	- Qu'évoque pour vous la notion de vérification des informations sociétales et comment la définiriez-vous ?

- Selon vous, quel est l'intérêt pour les entreprises de mettre en place une vérification des informations sociétales ?	- Selon vous, quel est l'intérêt pour les entreprises de mettre en place une vérification des informations sociétales ?
- Pouvez-vous me dire selon vous, quelles sont les raisons qui poussent certaines entreprises à ne pas faire vérifier leurs informations sociétales ?	- Pouvez-vous me dire selon vous, quelles sont les raisons qui poussent certaines entreprises à ne pas faire vérifier leurs informations sociétales ?
- Etes-vous favorable à la mise en place par les entreprises de vérifications des données extra-financières (expliquer) ? De ce fait, recommandez-vous aux entreprises de mettre en place une vérification sociétale ?	- Etes-vous favorable à la mise en place par les entreprises de vérifications des données extra-financières (expliquer) ? De ce fait, recommandez-vous aux dirigeants d'entreprises de mettre en place une telle vérification ?
- Existe-t-il une concurrence entre la vérification par un tiers extérieur réalisée en France par les CAC et les missions effectuées par les agences de notation ? Pourquoi et comment s'exprime-t-elle (s'il y en a une) ?	- Quelle est la place des dirigeants dans la vérification des informations sociétales ? Selon vous les dirigeants sont-ils impliqués dans cette vérification ?
- Pensez-vous que la notation sociétale puisse être complémentaire à la vérification extérieure ? Si oui pouvez –vous préciser en quoi ?	- Pensez-vous que votre organisation puisse jouer un rôle dans la mise en place par les entreprises de vérifications de leurs informations sociétales et quel pourrait être ce rôle ?
- Pouvez-vous nous décrire le travail des agences de notation et en quoi la vérification des informations sociétales par un tiers extérieur peut-être utile ou jouer un rôle dans votre travail ?	- Trouvez-vous que le travail réalisé par les CAC dans la vérification des informations sociétales est satisfaisant ?
- Dans les entreprises que vous notez, les entreprises ayant une bonne note sont-elles des entreprises ayant dans la majorité des cas mis en place une vérification sociétale ? Quelle place prend la mise en place d'une vérification sociétale dans la note finale ?	- Selon vous, quelles sont les qualités requises d'un vérificateur extérieur et ainsi qui doit vérifier ?
- Comment réagissez-vous lorsque vous rencontrez des entreprises non vérifiées par un tiers extérieur et quelles en sont les conséquences ?	- Quels autres acteurs que les CAC pourraient être aptes à réaliser ce type de mission ?
- Trouvez-vous que le travail réalisé par les CAC est satisfaisant ?	
- Quel regard portez-vous sur les avis externes provenant d'autres vérificateurs que les CAC ?	
- Selon vous, quelles sont les qualités requises d'un vérificateur extérieur et ainsi qui doit vérifier ? Ainsi, quels autres acteurs que les CAC pourraient être aptes à réaliser ce type de mission ?	
- Pourrait-on imaginer une démarche de vérification sollicitée par les agences de notation ?	
- Pensez-vous que les agences de notation (et leur travail) peuvent être des parties prenantes qui incitent les entreprises à mettre en place une vérification de leurs informations sociétales et pourquoi ?	

Les entretiens ont été enregistrés à l'aide d'un magnétophone et avec l'accord des interviewés afin d'éviter la prise de notes, ceci permettant au chercheur d'être à l'écoute de la personne interviewée et de pouvoir revenir ultérieurement et plus longuement sur la conversation. Deux des entretiens n'ont pu être enregistrés. Ils ont donc fait l'objet d'une prise de note pendant leur réalisation et d'une retranscription dès l'entretien terminé.

Les entretiens vont nous permettre « *d'ouvrir des pistes de réflexion, d'élargir les horizons de lecture et de les préciser, de prendre conscience des dimensions et des aspects d'un problème auxquels le chercheur n'aurait sans doute pas pensé spontanément* » (Quivy et Campenhoudt 2006 p.66). Dans ce cas les discours recueillis auprès des sujets serviront donc de sources d'informations qui feront l'objet d'une analyse de contenu. En effet, « *sous leurs différentes formes, les méthodes de l'entretien se distinguent par la mise en œuvre des processus fondamentaux de communication et d'interaction humaine. Correctement mis en valeur, ces processus permettent au chercheur de retirer de ses entretiens des informations et des éléments de réflexion très riches et nuancés.* » (Quivy et Campenhoudt 2006 p.173).

2.2. L'ANALYSE DE CONTENU DES ENTRETIENS

Pour traiter les données recueillies au cours des entretiens exploratoires, nous avons choisi de procéder par une analyse de contenu dont l'objectif est de faire émerger des questionnements nouveaux permettant de compléter les lectures théoriques.

L'analyse de contenu est la technique la plus utilisée pour analyser des entretiens, « *la place de l'analyse de contenu est de plus en plus grande dans la recherche sociale, notamment parce qu'elle offre la possibilité de traiter de manière méthodique des informations et des témoignages qui présentent un certain degré de profondeur et de complexité, comme par exemple les entretiens semi-directifs* » (Quivy et Campenhoudt 2006 p.202).

Elle a été retenue car elle vise la manipulation de messages (contenu et expression de ce contenu) pour mettre à jour des indicateurs permettant d'inférer sur une réalité autre que celle du message (Bardin, 1998). Gendron (2001) précise que l'analyse de contenu est une technique d'observation dont le but est d'analyser les idéologies et les systèmes de valeur. Il s'agit d'« *un processus d'objectivation de données discursives* » et non pas « *une procédure*

de validation, une garantie du reste de la démarche » (Canto-Klein et Ramognimo, 1974 p.79-80 cité par Gendron, 2001, p.239).

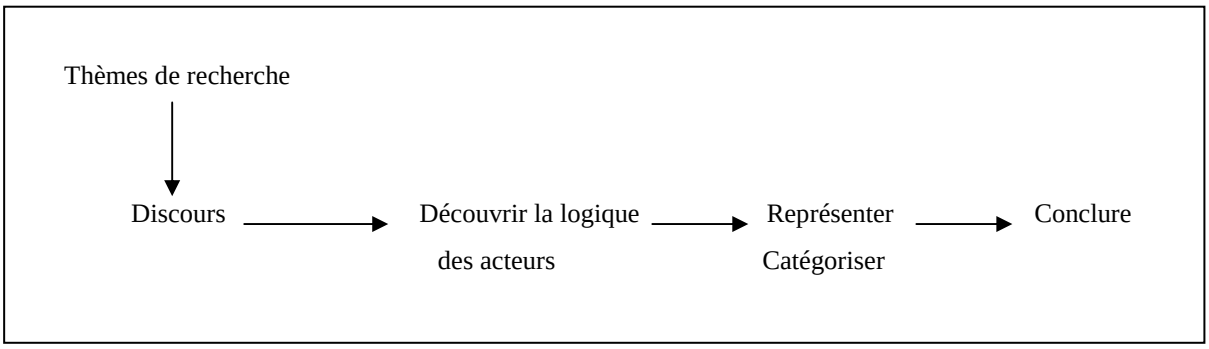
Ainsi, la technique de l'analyse de contenu appréhendée comme technique d'observation n'aura pas pour but de valider des hypothèses mais plutôt d'aider la lecture des retranscriptions d'entretiens et de permettre d'en retirer des éléments significatifs pour la recherche.

Il s'agit d'un ensemble d'instruments méthodologiques s'appliquant à des discours diversifiés et fondés sur la déduction et l'inférence. La méthode de l'analyse de contenu est ainsi définie comme « *un ensemble de techniques d'analyse des communications visant, par des procédures systématiques et objectives de description des messages, à obtenir des indicateurs permettant l'inférence de connaissances relatives aux conditions de production/réception de ces messages* » (Evrard et al., 2003, p.126). Pour ces raisons, l'analyse de contenu est apparue comme la méthode d'analyse la plus appropriée.

L'objectif de cette analyse de contenu est la représentation simplifiée des données brutes obtenues au cours de la recherche qualitative par entretien. Parmi les trois techniques d'analyse pouvant être envisagées, thématique, syntaxique et lexicale, nous avons retenu l'analyse thématique. Dans cette méthodologie, nous partons du postulat que la redondance d'unités d'analyse de discours (mots, expressions, phrases, paragraphes) est révélateur des préoccupations des auteurs du discours (Thiétart et al., 2007). L'analyse a pour but de découper et de classer les discours recueillis selon des unités de sens ou de thèmes. Il s'agit de condenser les données en regroupant les objets similaires sous une classe commune (Strauss et Corbin, 1998). Le plus souvent cela passe par un codage des données qualitatives, c'est-à-dire en découpant « *le contenu du discours ou du texte en unités d'analyse (mots, phrases, thèmes…), et à les intégrer au sein de catégories sélectionnées en fonction de l'objet de recherche* » (Thiétart et al., 2007, p.498).

La démarche de compréhension des discours et leur analyse est décrite par Wacheux (1996, p.239) dans la figure 39.

Figure 39 : La compréhension des discours



Source : Wacheux. (1996, p. 239).

Ainsi pour analyser les informations recueillies au cours des entretiens nous avons procédé à une analyse thématique avec des thèmes préalablement identifiés. S'agissant d'une étude exploratoire, les grands thèmes principaux ont été identifiés en amont et par la suite, au cours de la lecture des entretiens, de nouveaux thèmes et sous thèmes sont apparus. Les quatre grands thèmes qui ont été identifiées en amont sont les suivants : la définition de la mission de vérification sociétale, la mise en œuvre pratique de la mission de vérification sociétale, les motivations dans la mise en place d'une mission de vérification sociétale et les freins à la mission de vérification sociétale.

En ce qui concerne la démarche et la réalisation de l'analyse de contenu, elle a été réalisée manuellement en identifiant les grands thèmes abordés dans le guide et durant l'entretien lui-même et en exploitant les extraits de discours pertinents pour la recherche. En effet, comme le précise Igalens (2000), les informations collectées lors des entretiens peuvent faire l'objet d'une analyse thématique qui consiste à regrouper les informations en fragments dans des thèmes et sous thèmes.

Dans cette phase d'analyse, les entretiens semi-directifs, qui avaient fait l'objet d'un enregistrement lors de leur déroulement, ont tout d'abord été retranscrits sur ordinateur pour faciliter leur lecture et leur analyse. Une première lecture flottante a ensuite été réalisée. Lors de cette lecture, les éléments qui n'avaient pas d'intérêt pour l'analyse ont été exclus et les autres éléments ont été regroupés par thèmes et sous thèmes. La phase de retranscription et la lecture flottante ont donc permis la construction de la grille de traitement, le corpus a ensuite été analysé. Ainsi, l'analyse thématique textuelle nous a permis d'identifier des phrases ou

regroupement de phrases qui traitaient d'un même sujet. La figure 40 présente la grille construite pour effectuer l'analyse des entretiens.

Figure 40 : Grille d'analyse des entretiens semi-directifs

Grille d'analyse

1er Thème : La notion de vérification sociétale = définition et procédure

1.1 Sous thème : Définition de la mission de vérification sociétale

1.2 Sous thème : Les niveaux de la vérification sociétale

1.3 Sous thème : Le statut et le rôle du vérificateur

2ème Thème : Les enjeux de la mise place d'une mission de vérification sociétale

2.1 Sous thème : Les enjeux internes

2.2 Sous thème : Les enjeux externes

3ème Thème : Les difficultés et freins à la vérification sociétale

3.1 Sous thème : La définition des indicateurs de RSE

3.2 Sous thème : La vision financière

3.3 Sous thème : L'affichage du rapport (Greenwashing)

3.4 Sous thème : Le coût de la mission et des différents niveaux

La grille d'analyse réalisée sert de cadre structurant à l'analyse des entretiens et permet de faciliter le croisement des données. Ainsi l'analyse de contenu thématique a permis de faire ressortir plusieurs résultats intéressants. Ces résultats seront présentés dans la section suivante en fonction des thèmes et sous thèmes de la grille d'analyse.

SECTION 2 – RESULTATS DE L'ANALYSE DES ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS

L'objectif de cette section est de présenter les résultats de l'étude exploratoire afin d'éclairer l'objet de recherche et d'apporter une meilleure compréhension du phénomène étudié.
L'intérêt pour les entreprises de la mise en place d'une vérification sociétale est d'orienter la politique développement durable et de faire progresser le reporting sociétal. De plus, la mise en place d'une vérification externe des informations sociétales a pour but de garantir aux utilisateurs de l'information une confiance et une fiabilité dans les informations diffusées. Cependant, des obstacles, tels que le coût de la vérification sociétale, viennent freiner les entreprises dans leur volonté de mettre en place de telles pratiques.

Les résultats sont présentés en fonction de la grille d'analyse exposée dans la section précédente. Les entretiens réalisés ont permis de revenir sur la notion de vérification des informations sociétales et de la redéfinir (1), sur les enjeux (2) et sur les difficultés et freins (3) de la mise en place d'une mission de vérification sociétale.

1. LA NOTION DE VERIFICATION SOCIETALE

La définition, l'objectif et les étapes de la mission de vérification sociétale font tout d'abord l'objet d'un développement (1.1). Nous étudions les différents niveaux de vérification sociétale existant, le choix de ces niveaux et les moyens mis en œuvre dans le cas d'un avis de réserve de la part de l'auditeur. (1.2). Enfin, le statut et le rôle du vérificateur fait également l'objet d'un développement (1.3).

1.1. DEFINITION, OBJECTIF ET ETAPES DE LA MISSION DE VERIFICATION SOCIETALE

Au vu des réponses des interviewés, la vérification apparaît pour l'ensemble des interviewés comme une mission permettant d'examiner les indicateurs et les procédures de reporting sociétal. Lorsque l'on parle de vérification sociétale il ne s'agit en aucun cas d'une vérification du rapport de développement durable mais d'une vérification des informations sociales et environnementales auditables contenues dans ce rapport ou dans d'autres

documents. « *Il ne s'agit pas d'une vérification sur le rapport de développement durable en lui-même car cela serait trop compliqué de vérifier chaque partie de texte du rapport comme les témoignages et les informations qualitatives diffusées mais il s'agit d'une vérification sur les indicateurs et les procédures de reporting* » (Entretien E.2) [18]. Ainsi dans sa mission, le vérificateur va examiner la véracité des chiffres contenus dans divers documents destinés à être diffusés au public. Comme le définit l'un des experts développement durable d'un cabinet d'audit international, « *il s'agit de dire si les données sont vraies ou fausses et pas bien ou mal* » (Entretien V.1). Ainsi, la justesse des informations diffusées par les entreprises est examinée lors de cette phase de vérification sociétale. Il convient au vérificateur d'attester de l'exactitude des informations communiquées s'agissant des indicateurs sociaux et environnementaux. Le vérificateur suit le protocole de reporting défini par le client et vérifie qu'il est bien appliqué. « *Ce n'est pas au vérificateur de dire comment calculer un indicateur, il est seulement un observateur de ce qui existe et il regarde que ce qui a été défini est bien appliqué* » (Entretien V.2). La vérification sociétale est un niveau d'assurance de conformité, « *il s'agit d'une évaluation des procédures et de la conformité* » (Entretien P.2). Cependant certains répondants considèrent que les vérificateurs sont aussi là pour juger de la pertinence des indicateurs mesurés. « *Il ne s'agit pas de vérifier uniquement la fiabilité d'une information, il s'agit aussi d'apprécier sa pertinence* » (Entretien V.3). Des disparités existent dans les réponses des interviewés. D'un coté, certains s'accordent sur le fait que la vérification sociétale consiste uniquement en un examen de conformité alors que d'autres élargissent la mission à une appréciation de la pertinence.
La question qui découle de cette observation est la suivante : quelle séparation existe-t-il entre l'audit (est ce vrai ou pas vrai) et la notation (est ce bien ou pas bien) ?

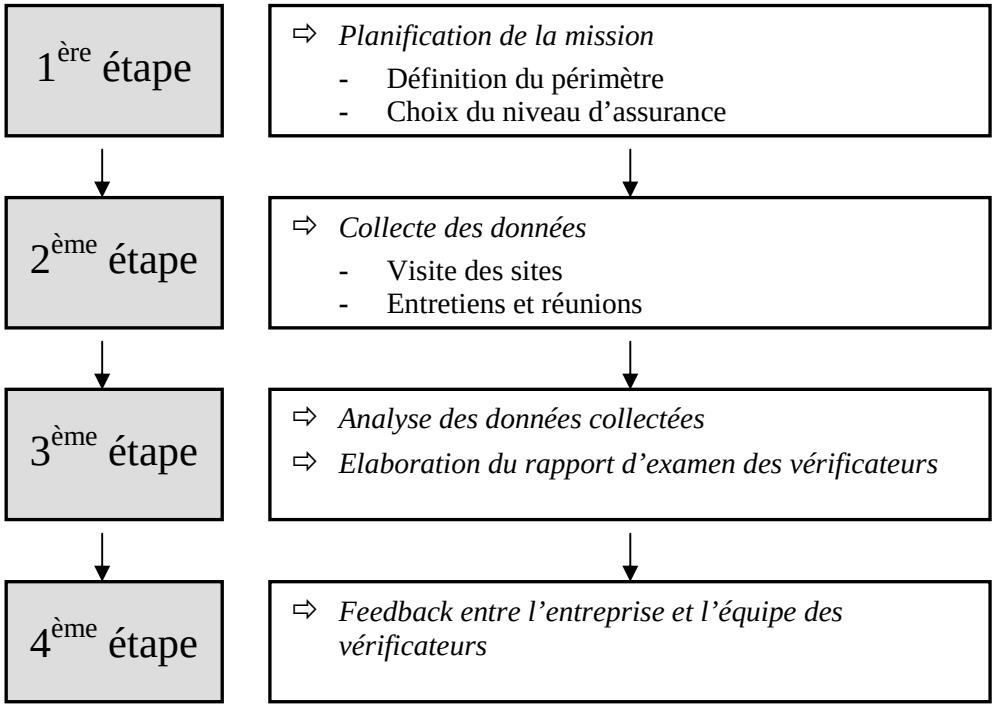
La mission de vérification consiste donc à vérifier l'exactitude des indicateurs sociaux et environnementaux contenus dans les rapports de développement durable ou dans d'autres documents et les procédures de reporting associées. On ne parlera donc pas de vérification des rapports de développement durable mais de vérification des indicateurs de développement durable ou de vérification des informations sociétales diffusées.

[18] Les verbatims faisant référence aux interviewés sont désignés par une lettre en capitale et un chiffre. La lettre E fait référence aux entreprises, V aux vérificateurs et P aux parties prenantes. Le chiffre correspond à la numérotation utilisée dans les tableaux « caractéristiques des entretiens ».

S'agissant de l'objectif de la vérification sociétale, il est le même que pour toute autre mission de vérification ou d'audit. Il s'agit d'attester que les éléments fournis par l'entreprise sont étayés par des preuves auditables dont les vérificateurs vont pouvoir retrouver la trace, apprécier la fiabilité et l'indépendance. Ainsi, le vérificateur va essayer d'identifier la source de la preuve permettant de valider l'information avancée. La finalité de la mission est en définitive d'émettre un avis sur les données vérifiées afin d'informer et de rassurer les utilisateurs du reporting sociétal quant à la confiance pouvant être accordée aux informations sociétales diffusées.

Il apparaît que la mise en place d'une mission de vérification sociétale nécessite plusieurs étapes. La première étape consiste pour les deux parties, c'est à dire l'entreprise et le vérificateur, à planifier la mission en définissant ses paramètres, « *le périmètre et le niveau d'assurance, ce sont les deux choses qui déterminent la mission* » (Entretien V.2). Une fois le planning de la mission établi, le vérificateur va sur place pour examiner et accumuler les informations concernant l'entreprise mais également ses processus et les systèmes de collecte d'informations (2ème étape). Du coté de l'entreprise, l'équipe développement durable prépare le rapport RSE ou le document contenant les informations qui seront diffusées au public. Pour cette étape, la visite des sites par l'équipe d'audit est nécessaire. La technique de l'entretien est également utilisée par le vérificateur et son équipe pour analyser les procédures de reporting et vérifier la bonne application du référentiel. La troisième étape consiste à analyser les données recueillies lors de la phase précédente et à s'assurer que les données qui seront communiquées sont exactes. Pour ce faire le vérificateur va utiliser différentes techniques empruntées à l'audit financier, « *la validation est la même qu'un auditeur financier, avec des preuves, avec la qualité du suivi interne, avec des revues analytiques, avec des éléments tangibles, des recalculs…* » (Entretien V.1). Cette étape se termine par la rédaction du rapport d'examen des vérificateurs sur les processus d'établissement de certaines informations sociétales et la remise de ce rapport à l'entreprise. Des réunions entre l'équipe développement durable de l'entreprise et l'équipe d'audit sont organisées dans une dernière étape afin d'apporter des améliorations futures.

Figure 41 : Les étapes de la mission de vérification des informations sociétales



Les étapes de la mission de vérification peuvent varier d'une entreprise à l'autre mais les quatre principales étapes se déroulent en général de la même manière. En comparant nos résultats à ceux de Park et Brorson (2005), il semble que le déroulement de cette mission soit dans l'ensemble identique pour les missions de vérification effectuées dans d'autres pays.

L'analyse des entretiens nous a permis de clarifier la notion de vérification, d'étudier ses acceptations par différents acteurs et d'identifier les objectifs de ces missions. L'identification des étapes de la vérification sociétale, très peu présente dans la littérature à ce jour, a permis d'éclaircir cette pratique.

Les résultats de l'étude exploratoire et les limites apportées aux définitions contenues dans la littérature nous ont permis de redéfinir la vérification sociétale. Nous proposons la définition suivante :

Une mission discrétionnaire, effectuée par un tiers extérieur et indépendant, qui consiste à attester ou non de l'exactitude de certaines données ou indicateurs sociétaux contenus dans des documents destinés à être publiés ainsi que de la correcte application des procédures associées à ce reporting.

1.2. LES NIVEAUX DE LA VERIFICATION SOCIETALE

Au cours des entretiens réalisés nous sommes revenus sur les différents niveaux de vérification sociétale existant, sur le choix de ces niveaux (1.2.1) et sur les moyens mis en œuvre dans le cas d'un avis de réserve de la part de l'auditeur (1.2.2).

1.2.1. Le choix du niveau de vérification

Dans la mission de vérification sociétale, plusieurs types et niveaux de vérification issus de la norme ISAE 3000 sont visibles. « *Le premier niveau concerne uniquement la vérification des procédures de reporting sociétal, il s'agit de la « procédure convenue » ou « assurance faible ». Le deuxième niveau appelé « assurance modérée » concerne la vérification des procédures plus la vérification de certains indicateurs. Enfin le troisième niveau « assurance raisonnable » concerne comme le niveau inférieur la vérification des procédures et des indicateurs mais avec des degrés de vérification différents. Par exemple pour l'assurance modérée, la vérification va porter sur 20% des indicateurs alors que pour l'assurance raisonnable cela va être plus important* » (Entretien E.2).
Un travail de collaboration entre l'équipe développement durable de l'entreprise et l'équipe d'auditeurs est alors indispensable, *« l'auditeur ne travaille pas tout seul, on a de nombreuses réunions pour mettre les choses au point et l'on se revoit dès que cela est nécessaire…* » (Entretien E.2). Il en est de même pour le choix des indicateurs qui vont être vérifiés, « *on discute avec l'équipe d'audit, il y a quand même un échange, on examine ensemble la pertinence et la cohérence des indicateurs* » (Entretien E.5). Même si la mission du vérificateur est d'attester de l'exactitude des informations diffusées, il apparaît également comme un conseiller pour guider les entreprises. Cette collaboration est aussi importante lorsque l'entreprise désire passer d'un niveau d'assurance à un autre. Ainsi, l'auditeur « … *par sa vérification va voir qu'il y a les éléments requis pour pouvoir passer d'un niveau à l'autre et ensuite il va nous donner les recommandations à suivre pour passer à ce niveau* » (Entretien E.3). Cependant comme le font remarquer plusieurs interviewés, la volonté de rester à des niveaux d'assurance faible résulte d'un problème de temps et de moyens. Les entreprises reconnaissent l'importance de passer au niveau maximum mais « *pour tendre vers un niveau d'assurance raisonnable dont le taux de recouvrement est de plus de 50% (on a actuellement un taux de recouvrement des indicateurs d'à peu près 20%), cela prendra du*

temps et on n'a pas le temps ni l'argent pour le faire » (Entretien E.5). Les contraintes de coûts sont des sources de freins à la mise en place de vérifications sociétales et de passage à un niveau supérieur. « *Il y a un souci pour la boîte d'assumer un coût par rapport aux bénéfices qu'elle peut en récupérer au niveau de l'assurance donnée* » (Entretien V.3). Cependant si les coûts de cette vérification sont mesurables en termes financiers, les bénéfices eux, sont difficilement mesurables. Ainsi le questionnement sur l'arbitrage qu'opèrent les entreprises entre les coûts engendrés par la vérification et les bénéfices qu'elle apporte prend tout son sens.

1.2.2. L'émission d'une réserve

Lors de la conclusion de la mission de vérification les auditeurs peuvent émettre une réserve. Dans ce cas, il s'agit pour l'entreprise de comprendre pourquoi le vérificateur émet cette réserve et de rectifier les erreurs. A ce stade là, l'équipe d'audit va intervenir auprès de l'équipe développement durable pour expliquer la raison de la réserve. C'est à la direction développement durable que revient la tâche de mettre en œuvre les moyens nécessaires pour rectifier les erreurs commises, « *…donc ce n'est pas « une matraque » mais c'est une instruction* » (Entretien E.3). L'équipe développement durable va ensuite informer, au sein de l'entreprise, les services et personnes concernés. L'équipe va réagir activement pour que l'année d'après cela ne se reproduise plus, « *il y a un plan d'action correctif qui est mis en place et qui est prioritairement contrôlé* » (Entretien E.3). En effet, comme le font remarquer les experts développement durable des cabinets d'audit internationaux, « *quand on voit des réserves ça conforte dans la transparence de l'entreprise*», (Entretien V.3), « *on peut être amené à émettre des réserves…et les entreprises sont très contentes parce ce que ça prouve que c'est pas du pipo et parce que ça les pousse à s'améliorer…c'est un levier pour leur top management, pour la direction générale ça s'allume en rouge dans leur tête…* » (Entretien V.1). Qu'il s'agisse des entreprises ou des vérificateurs, tous semblent s'accorder sur le fait que l'émission d'une réserve peut avoir une valeur ajoutée en interne pour les entreprises. La justification de l'émission de la réserve par les vérificateurs est nécessaire pour les entreprises. Celle-ci leur permet de comprendre leurs défaillances et d'apporter les rectifications nécessaires.

Cependant, il apparaît que dans le cas où les vérificateurs émettent des réserves, celles-ci ne sont jamais de nature à remettre en cause le processus d'établissement des informations

sociétales et les données examinées au regard des référentiels mentionnés. Les « réserves » semblent être émises uniquement dans le but d'aider l'entreprise à améliorer son reporting et n'apporte pas de sanction réelle. Le terme « réserve » utilisé dans le contrôle des comptes financiers n'est donc pas adapté dans cette situation. On peut donc se demander si les entreprises qui ne communiquent pas de rapport d'examen des commissaires aux comptes (ou d'autres types de vérificateurs) sur les données sociétales ne sont pas des entreprises qui ont eu des réserves au sens financier du terme et dont le rapport, s'il était diffusé pourrait donc remettre en cause la fiabilité de leurs données. Pour les interviewés appartenant à une entreprise ne mettant pas en place de vérification sociétale, la notion de réserve est occultée. Ainsi, contrairement aux entreprises « vérificatrices », les entreprises « non vérificatrices » restent muettes quant aux questions d'émission de réserve.

Dans ce processus conduisant à la transparence de l'entreprise et à la crédibilité des informations, on se questionne sur la publication du rapport d'examen qui en définitive, confirme toujours l'exactitude des données. Celle-ci contenant toujours des conclusions positives pour l'entreprise, on peut donc émettre des doutes sur la confiance à accorder à ce type de rapport.

1.3. LE STATUT ET LE ROLE DU VERIFICATEUR

L'équipe de vérificateurs est composée de plusieurs personnes dont plus particulièrement un commissaire aux comptes et un auditeur spécialisé développement durable. Les commissaires aux comptes et les auditeurs spécialisés sont décrits par les entreprises « vérificatrices » comme des personnes compétentes de par leur expérience, *« ce sont des gens experts* » et de par leur spécialisation dans le domaine du développement durable, « *les auditeurs qui font ce travail sont des auditeurs spécialisés qui ont des compétences bien pointues sur les problématiques liées au développement durable* » (Entretien E.2). Les experts interviewés reconnaissent que pour effectuer le travail de vérification des données sociétales et plus particulièrement de vérification des données environnementales, les compétences dans le domaine sont essentielles, *« il faut une culture scientifique* » (Entretien V.2). Pour l'ensemble des cabinets d'audit internationaux, l'équipe réalisant les missions de vérification sociétale est constituée en grande majorité d'ingénieurs. Ces missions sont entièrement réalisées par les départements développement durable des cabinets d'audit internationaux, qui interviennent comme experts auprès du commissaire aux comptes. L'attestation sera donc signée par

l'expert développement durable ainsi que par le commissaire aux comptes qui endosse la responsabilité pénale.

Il peut arriver que le cabinet d'audit réalisant la mission de vérification des données sociétales fasse partie du même cabinet d'audit que celui réalisant la mission d'audit financier, mais cela n'est pas systématique. Dans le cas où il s'agit du même cabinet d'audit, « *ce n'est pas la même personne mais cela peut être intéressant de travailler avec le même cabinet qui connaît déjà l'entreprise* » (Entretien E.2), « *ça peut être bien d'avoir les mêmes signatures sur les comptes et sur les données de développement durable. Ca montre le même niveau d'intérêt et le même niveau de pertinence et puis on fait peut être des économies d'échelle parce que c'est des gens qui connaissent bien le groupe* » (Entretien V.1). La connaissance au préalable de l'entreprise, qui peut permettre une meilleure compréhension du fonctionnement de celle-ci, apparaît notable pour l'ensemble des répondants.

Au final, en France, il y a deux ou plusieurs signataires du rapport d'examen, le ou les commissaire(s) aux comptes en charge de la mission de vérification sociétale et le ou les expert(s) développement durable. Il apparaît que les commissaires aux comptes ayant des formations de comptables sont les auditeurs financiers des entreprises. Pour les experts développement durable, la situation est différente puisqu'ils ont dans la majorité des cas une formation initiale et un parcours professionnel scientifique, par exemple « *ingénieur en environnement de l'eau* » pour l'un des interviewés (entretien V.2). Qu'il s'agisse de commissaires aux comptes ou d'experts développement durable, les vérificateurs appartiennent aux grands cabinets d'audit internationaux. Il est donc important de souligner la collaboration entre des acteurs ayant des fonctions différentes au sein des cabinets. De ce fait il est intéressant de se questionner sur la compétence réelle des grands cabinets d'audit internationaux pour réaliser ce type de mission, ainsi que sur leur légitimité. Comme le fait également remarquer Igalens (2004b), le rôle du cabinet d'audit est ambigu dans la mesure où il a une compétence reconnue dans la vérification financière mais n'est pas « omnipotent » et a des failles dans les aspects techniques relatifs à la vérification sociétale. C'est ainsi que les cabinets d'audit se sont mis à développer des expertises dans les aspects plus techniques et plus spécifiques liés au développement durable et à intégrer dans les équipes de vérification sociétale des personnes compétentes. « *Ce sont des gens très intelligents et ils acquièrent la compétence nécessaire pour réaliser ces missions* » (Entretien P.2). Cependant, tous les répondants ne partagent pas le même avis. Malgré le développement des services spécialisés

au sein des cabinets d'audit, les entreprises ne réalisant pas de vérification sociétale continuent à se questionner sur la compétence réelle des CAC et de leurs experts développement durable, « *…on a des doutes quant à la compétence réelle de ces vérificateurs,… le commissaire aux comptes il n'a pas forcément les compétences pour travailler sur le domaine dd puisque lui il est orienté finance…* » (Entretien E.7). D'autres acteurs, sont brièvement évoqués par les répondants, pour réaliser les missions de vérification sociétale. Des acteurs tels que les organismes de conseil ou de certification sont-ils compétents pour réaliser les missions de vérification des informations sociétales ? Faut-il avoir recours à un panel de parties prenantes ? Comme le souligne l'un des répondants, « *…les ONG peuvent également réaliser ou participer aux missions de vérification, mais ont-elles les compétences et est-ce vraiment leur rôle ?*» (Entretien P.3). Telles sont les questions que ces interviewés se posent.

2. LES ENJEUX DE LA MISE EN PLACE D'UNE MISSION DE VERIFICATION SOCIETALE

Les résultats de l'analyse des entretiens fait ressortir des enjeux de type internes (2.1) et externes (2.2) liés à la mise en place d'une vérification sociétale.

2.1. LES ENJEUX INTERNES

La mise en place d'une vérification sociétale comporte des enjeux « internes » pour les entreprises. En effet, la vérification sociétale est un moyen pour les entreprises qui mettent en place cette pratique, d'orienter et de manager leur politique de développement durable. « *La vérification nous permet de voir les dysfonctionnements et en ce sens d'orienter la politique sociale ou environnementale. Cette vérification va donc nous permettre d'identifier les dysfonctionnements et les défaillances. L'intérêt de mettre en place une vérification est donc d'orienter ou réorienter nos enjeux et notre politique de développement durable en fonction des résultats et des discussions que nous avons avec notre vérificateur* » (Entretien E.2). Au vu des résultats de la vérification sociétale, l'entreprise va pouvoir identifier ses points faibles et mettre en œuvre des moyens permettant d'y pallier. La mission de vérification sociétale «*… c'est dans le management du développement durable que ça devient important. Ces*

audits réalisés par des commissaires aux comptes par exemple, et qui sont réalisés sur site avec le travail très pointu, très précis et très méticuleux de ces experts, nous amènent à faire bouger plus facilement les choses au sein de l'entreprise. Un audit généralement fait bouger, fait avancer les problématiques. Ne serait-ce que parce que ça pousse ceux qui sont audités à rendre compte de leur travail et de la façon dont ils gèrent le reporting par exemple. Donc ça les pousse à s'améliorer…» (Entretien E.1). Tous les interviewés mettant en place une vérification sociétale reconnaissent que la vérification sociétale n'est pas mise en place uniquement pour contrôler que les choses soient bien faites mais cette mission est vue aussi comme *« un acteur majeur du changement dans une société* ». (Entretien E.3). Cette vérification permet de manager leur politique développement durable en gérant leurs défaillances pour au final « *améliorer le business* » et donc « *générer du progrès* ». Pour les experts développement durable des cabinets d'audit, ils comparent leur mission à « *une sorte de chose qui met de l'huile dans les rouages d'échanges entre les entités du groupe…un point important aussi c'est qu'on émet en plus de notre attestation, un rapport de recommandations, qui plus le temps passe plus il est pertinent et permet d'échanger plus et de dire « voilà pour vous améliorer voilà ce que vous pourriez faire* » (Entretient V1). Ainsi, le vérificateur et son équipe sont aussi là pour sensibiliser les personnes concernées par cette vérification et identifier les sources d'erreurs, qui sont des sources de progrès possible pour l'entreprise. Les parties prenantes interviewées appuient ces résultats en précisant qu'effectivement la mise en place de telles pratiques au sein des entreprises est « *un gage de sérieux en interne* » (P.3) qui permet la cohésion interne et qui leur permet d'être plus efficientes.

Au regard des résultats de l'analyse des entretiens, la mise en place d'une vérification sociétale s'insère en interne dans une démarche de management basée sur le principe de « la roue de Deming » (PDCA)[19]. Les quatre étapes de « la roue de Deming » sont déclinées en interne par les actions suivantes : « définir, réaliser, vérifier et progresser ». On retrouve bien ces étapes dans le discours des responsables interviewés : « *...nous on veut essayer de progresser, les auditeurs vont nous dire ce qu'il faut faire pour progresser, on le met en place et ensuite ils vérifient et nous auditent et s'il y a encore des dysfonctionnements on retravaille et on recommence pour l'année d'après* » (Entretien E.4). Suivant cette logique, il s'agit d'un

[19] PDCA est l'abréviation des mots décrivant les étapes de la « roue de Deming » : « Plan », « Do », « Check » et « Act ».

processus d'amélioration continue dans lequel la vérification sociétale s'inscrit comme un levier d'amélioration de la politique de RSE et de reporting sociétal de l'entreprise. La mise en place d'une vérification sociétale s'inscrit donc dans une démarche d'amélioration continue dont l'objectif final est d'accroître la performance sociétale de l'entreprise.

2.2. LES ENJEUX EXTERNES

Des intérêts « externes » apparaissent également dans la mise en place d'une vérification sociétale. Il s'agit pour l'entreprise d'attester de la fiabilité des informations sociales et environnementales qu'elle diffuse. Les parties prenantes étant de plus en plus exigeantes en termes de transparence et de fiabilité du reporting, les entreprises mettent en place une vérification de leurs données sociétales. « *Il s'agit d'une volonté de transparence et de crédibilité vis-à-vis de nos parties prenantes. Nos parties prenantes veulent s'assurer que les informations sociales et environnementales sont bien crédibles... Et l'intérêt, c'est de rassurer les parties prenantes et notamment les actionnaires et les investisseurs quant à la fiabilité de l'information que l'on diffuse* » (Entretien E.2). Ainsi, comme le fait également remarquer un des experts développement durable, « *les entreprises se rendent compte que l'on est un des éléments important dans la fiabilisation du processus* » (Entretien V.1).

Aujourd'hui les informations sont émises de multiples façons et scrutées par de multiples parties prenantes, fiabiliser ces données est primordial. Pour reprendre l'exemple des agences de notation citées par l'ensemble des responsables interrogés, les agences de notation regardent la totalité des informations diffusées par les entreprises. L'une des raisons de la volonté des entreprises de faire vérifier leurs informations sociétales est donc liée à la pression exercée par ces agences de notation sur ces entreprises. Pour ces dernières, la mise en place d'une vérification n'est qu'un critère, « *pour l'instant c'est uniquement une question de critère, donc l'entreprise le sait et elle sait que matériellement sur son score ce n'est pas ça qui va déterminer sa performance* » (Entretien P.2). Cependant, les agences de notation reconnaissent que même si la mise en place d'une vérification est un critère parmi d'autres dans la notation extra-financière des entreprises, cela peut tout de même pousser les entreprises à réaliser ce type de mission, « *ce n'est qu'un critère mais on préfère une entreprise qui fait certifier par un organisme externe indépendant comme par exemple le CAC, qu'une entreprise qui ne le fait pas* » (Entretien P.1). .

Attester de la fiabilité des informations diffusées par les entreprises auprès de leurs parties prenantes apparaît donc comme prioritaire pour l'ensemble des interviewés. « *Le premier intérêt c'est quand même montrer aux parties prenantes qui sont concernées par notre reporting développement durable, que nous publions des données fiables. Ça c'est la recherche de la fiabilité, et la confiance sur les données qu'on publie est quand même quelque chose que l'on met en priorité…La priorité des priorités c'est bien sûr d'avoir un modèle fiable* » (Entretien E.1). Ainsi, la mise en place d'une vérification sociétale permettant de fiabiliser l'information diffusée va « *donner un avantage compétitif* » à l'entreprise qui réalise cette mission. Les entreprises ne mettant pas en place de vérification de leurs informations sociétales reconnaissent effectivement que la vérification permet de fiabiliser les informations sociétales diffusées et « *…est un levier pour avancer et pour communiquer avec les parties prenantes* » (Entretien E.7) mais n'ayant pas de pression de la part de leurs parties prenantes et n'étant pas dans des secteurs où cela est demandé, elles ne mettent pas en place ce type de mission.

Enfin, un des intérêts pour les entreprises dans la mise en place d'une vérification sociétale est de faire du « benchmarking ». Les entreprises regardent ce que font les autres entreprises et font des comparaisons qui leur permettent de voir à quel niveau elles sont et éventuellement de regarder les bonnes pratiques des autres pour les adopter. *« L'équipe d'auditeurs est là pour nous dire « à l'extérieur ils font ça et ça et vous, vous êtes un peu en retard et on vous conseille de faire ça et ça », donc ils nous donnent un benchmark, des comparaisons* » (Entretien E.3). La majorité des répondants reconnaissent que le vérificateur va nécessairement effectuer des comparaisons qui vont avoir des répercussions dans sa mission et qui vont profiter aux entreprises qu'il vérifie. Ainsi, l'intervention d'experts attestant la fiabilité des données permet aux entreprises d'avoir un benchmark, de comparer les bonnes pratiques des autres entreprises et ainsi de se positionner par rapport à leurs concurrents. Les experts développement durable des cabinets d'audit internationaux reprennent cette motivation en l'identifiant comme un processus mimétique dans lequel les entreprises « *attestent leurs informations sociétales pour faire comme tout le monde, pour avoir un coup de tampon* » (Entretien V.1).

Au vu de ces résultats nous pouvons donc nous questionner sur la motivation intrinsèque des entreprises à faire vérifier leurs informations. La réputation et l'effet d'image apportés par

cette mise en place semblent être des facteurs non explicitement abordés par les entreprises « vérificatrices » mais qui ressortent des entretiens avec les autres répondants.

3. LES OBSTACLES A LA VERIFICATION SOCIETALE

La mise en place d'une vérification sociétale ne comprend pas que des avantages, elle comporte également des difficultés qui ont été soulignées lors des entretiens et qu'il est nécessaire d'aborder. Les inconvénients de la mise en place de telles pratiques vont être étudiés.

La première difficulté émane d'un problème de définition des indicateurs sociétaux. La plupart des entreprises interviewées reconnaissent que certains indicateurs sont difficilement représentatifs de la mesure qu'ils sont censés refléter. Il s'agit essentiellement d'indicateurs sociaux, « *…autant les chiffres environnementaux ont du sens parce que X tonnes de CO2 rejetées dans l'atmosphère, qu'on le rejette au Brésil ou qu'on le rejette en France c'est la même chose, autant les données sociales comme le dialogue social ou la diversité ça ne représente pas la même chose d'un pays à un autre* » (Entretien E.6). Pour les entreprises, l'enjeu est de rendre des choses qui sont intangibles en données tangibles et mesurables. De ce « souci de définition » découle un problème directement lié à la vérification sociétale : comment auditer des données qui sont au préalable difficiles à définir et à mesurer ? La question de « l'auditabilité » des informations sociétales diffusées par les entreprises émerge à ce moment-là.

Selon les entreprises ne mettant pas en place de vérification sociétale, la volonté de ne pas accréditer cette pratique découlerait de plusieurs raisons et notamment du fait que la vérification sociétale serait ancrée dans une vision passéiste et trop financière, « *la vérification, c'est quand même très connectée finance, ça veut dire on fait un état du passé alors que ce qu'il faut c'est regarder la situation actuelle et se projeter dans l'avenir pour tracer les axes de progrès pour les années à venir* » (Entretien E.7).
L'aspect financier de la mission de vérification sociétale qui lui est reproché peut venir du monopole en France des cabinets d'audit internationaux pour réaliser ce type de mission. « *Les CAC sont sur de l'évaluation essentiellement quantitative, c'est leur culture, ils sont sur*

la culture des chiffres » (Entretien P.2). Comme nous l'avons explicité précédemment, ceci amène à se questionner sur la compétence des vérificateurs.

La mise en place d'une vérification sociétale apparaît pour les entreprises ne vérifiant pas leurs données sociétales comme « … *du Greenwashing, de l'affichage* » (Entretien E.7). Ces entreprises remettent en doute l'utilité de mettre en place de telles pratiques en discréditant l'attestation d'assurance émise par le CAC. Pour ces entreprises, l'avis du CAC peut être mis en doute et n'est donc pas un gage de la fiabilité des informations diffusées. Ainsi, ces entreprises considèrent la mise en place de vérifications sociétales comme une « *course aux récompenses* » ou comme « *un effet de mode* ». Pour les autres interviewés, la volonté des entreprises à mettre en place une vérification sociétale résulterait d'une volonté de leur part de gérer leur image, mettre en place une vérification «… *ça a un effet d'image à l'extérieur* » (Entretien P.3). « *Il y a un aspect valeur ajoutée d'image de marque qui est très important pour les entreprises* » (Entretien V.2). Ces propos concordent et rejoignent l'idée que les entreprises sont poussées par un souci de gérer leur réputation aux yeux du public.

Le dernier frein à la mise en place d'une vérification sociétale est directement lié au coût de cette mise en place. Comme le reconnaissent certaines entreprises, *« faire appel à un auditeur externe pour vérifier les données sociétales ça coûte très cher, c'est une dépense car ils font tout un travail, ils vont sur place, etc.* » (Entretien E.6). Les trois vérificateurs confirment que la mise en place d'une vérification a un coût élevé non négligeable, qui peut freiner les entreprises dans la volonté de mettre en place de telles pratiques. Ainsi, il apparaît que le coût engendré par la mise en place d'une vérification sociétale pourrait en partie expliquer la volonté de certaines entreprises à ne pas faire appel à ces experts. Il pourrait également comme nous l'avons vu précédemment expliquer le choix du niveau d'assurance faible puisque le coût croît avec les différents niveaux d'assurance. Le premier niveau d'attestation a donc un coût plus faible que les niveaux supérieurs, ainsi « *il s'agit d'une décision politique et budgétaire, est-ce que c'est vraiment important pour l'entreprise ?* » (Entretien V.1). « *Il y a un aspect coût qui n'est pas négligeable, si une entreprise veut une assurance modérée, ça implique un certain nombre de tests de détails, ça nécessite un nombre important de jour/homme minimum assez important…c'est quand même un certain investissement pour les entreprises…* » (Entretien V.2). L'arbitrage entre le coût de la mise en place d'une telle pratique et les bénéfices engendrés par celle-ci est important pour les entreprises.

SECTION 3 – DISCUSSION DES RESULTATS DE L'ETUDE EXPLORATOIRE

Pour réaliser l'étude exploratoire, il a été nécessaire de collecter des données qualitatives issues d'entretiens auprès de divers acteurs. Nous procédons tout d'abord à une interprétation des résultats obtenus à la suite de l'analyse des données qualitatives (1). En plus d'apporter un éclairage sur l'objet de recherche, l'objectif de cette phase exploratoire est aussi de faire émerger des hypothèses qui ne seraient pas apparues au cours des lectures théoriques et qui pourraient servir de préalable à la phase quantitative. Après une synthèse des résultats, nous exposons les apports de cette phase qualitative pour la phase quantitative (2).

1. INTERPRETATION DES RESULTATS DE LA PHASE EXPLORATOIRE

La nécessité de confiance dans les informations sociétales diffusées fait tout d'abord l'objet d'une discussion (1.1). Dans un deuxième temps, nous étudions la compétence et l'indépendance des vérificateurs (1.2). Enfin, nous nous penchons sur la question de l'obtention de la légitimité des entreprises dans la mise en place de ce type de pratiques (1.3).

1.1. UN BESOIN DE CONFIANCE DANS LES INFORMATIONS DIFFUSEES

Selon Zucker (1986, p.54), la confiance est « *un ensemble d'attentes partagées par tous ceux qui sont impliqués dans un échange* » et qui repose à la fois sur des règles sociales et sur la mise en œuvre de processus de légitimation. Pour instaurer cette confiance, les organisations peuvent investir dans la construction de signaux qui sont sources de confiance (Thuderoz et al., 1999). La mise en place d'un audit ou d'une vérification constitue donc un signal positif que l'entreprise envoie à tous ses partenaires et qui selon Power (2005) suscite la confiance et l'intensifie.

La mise en place d'une vérification des données sociétales a principalement pour objectif d'accroître la confiance dans les informations diffusées et utilisées par un ensemble de parties prenantes, « *la vérification des informations sociétales apporte énormément en termes de fiabilité, crédibilité des informations* » (Entretien E.4). En effet, le déficit de crédibilité dans

les informations communiquées peut être réduit par l'introduction d'une assurance externe qui de ce fait augmente la confiance dans la fiabilité et l'exactitude des informations diffusées (Carey et al., 2000 ; Dando et Swift, 2003 ; Kolk et Perego, 2010). Comme le précise un répondant, « *on va automatiquement faire plus confiance là où c'est attesté* » (Entretien V.2).
L'entreprise a l'obligation et le devoir moral d'agir de bonne foi, avec la plus grande honnêteté, pour garantir la fiabilité des informations diffusées et de ce fait mettre en place une vérification sociétale pour créer un climat de confiance. Les parties intéressées par les informations sociétales diffusées doivent pouvoir faire confiance à celles-ci, aux engagements qu'elles contiennent et aux résultats qu'elles présentent et cette confiance reste à construire (Igalens, 2004b). Ainsi, la construction de cette confiance peut passer par la mise en place de vérification externe de ces informations sociétales et par la délivrance d'un rapport contenant l'avis du (des) vérificateur(s).
Néanmoins, l'absence de précision sur la nature et l'étendue des travaux dans le rapport émis par le vérificateur à la fin de sa mission rendent difficile la compréhension du déroulement du processus de vérification des informations sociétales et peuvent remettre en cause leur fiabilité. Le problème lié au manque de complétude des rapports émis par les vérificateurs a été soulevé par Deegan et al. (2006). Ils constatent que les rapports d'assurance émis par les membres de la profession comptable ne comportent pas de commentaire ou de recommandation et sont incomplets. La remise en cause de la fiabilité des avis émis par les vérificateurs a été soulevée par de nombreux auteurs (Ball et al., 2000 ; Adams et Evans, 2004 ; O'Dwyer et Owen, 2005). Ainsi, le rapport du vérificateur suffit-il à apporter une confiance aux lecteurs dans l'exactitude des données sociétales diffusées par les entreprises ? Cette remise en cause de la confiance accordée aux rapports des vérificateurs peut être liée au type de vérificateur et, de manière implicite, à sa compétence et à son indépendance.

1.2. LA COMPETENCE ET L'INDEPENDANCE DES VERIFICATEURS

Dans le contexte français, les missions de vérification des données sociétales sont effectuées en grande majorité par les cabinets d'audit internationaux (96% en 2007), ce qui n'est pas le cas dans le contexte international. Ainsi, les rapports de force entre les différentes professions pouvant réaliser les missions de vérification sociétale sont présents et un nouveau marché

s'ouvre (Igalens, 2004b). Ceci questionne donc sur la compétence et l'indépendance des vérificateurs réalisant ces missions de vérification.

L'analyse des entretiens révèle que selon les entreprises « vérificatrices », les cabinets d'audit internationaux sont compétents pour réaliser la mission de vérification des informations sociétales. Ils sont reconnus comme légitimes. De plus, leur connaissance supplémentaire de l'entreprise, en raison de leur mission d'audit financier, est perçue comme à l'origine de bénéfice non négligeable pour la mission de vérification sociétale. Cependant, pour les entreprises publiant des informations sociétales dans des rapports spécifiques dédiés à ce thème, la compétition est ouverte puisque d'autres types de vérificateurs peuvent intervenir. Depuis la loi NRE, la présence d'indicateurs sociétaux dans le rapport de gestion légitime l'intervention du commissaire aux comptes et des experts développement durable des cabinets d'audit pour réaliser ces missions. De plus, au vu de l'analyse des entretiens réalisés auprès des parties prenantes et des entreprises « non vérificatrices », des interrogations demeurent quant à l'aptitude réelle de ce type de vérificateurs à réaliser ces missions. Les cabinets d'audit internationaux sont certes composés d'auditeurs financiers ayant des compétences reconnues dans leur domaine (financier) et d'experts développement durable ayant été formés pour les missions environnementales et sociétales, il n'en demeure pas moins que les questions qui ont trait à leur indépendance restent en suspend. « *Lorsque le CAC vérifie les comptes et qu'en plus il doit vérifier les autres aspects extra-financiers de la même entreprise, on peut se poser la question de l'indépendance* » (Entretien P.2) L'indépendance du vérificateur est une question cruciale soulevée par plusieurs chercheurs pour deux raisons (Hodge et al., 2007). Premièrement, l'indépendance du processus augmente la probabilité de trouver des erreurs matérielles et des omissions et permet ainsi d'améliorer la qualité de l'information vérifiée. Deuxièmement, du fait de l'indépendance du vérificateur, la crédibilité perçue est susceptible d'être améliorée, ce qui signifie que les utilisateurs de l'information fournie sont plus enclins à croire en l'information fournie par une tierce partie objective et impartiale (Hodge et al., 2007). Conformément à la définition de De Angelo (1982) dans le contexte de l'audit financier, la compétence et l'indépendance du vérificateur sont un gage de qualité de la vérification.

1.3. LA MISE EN PLACE D'UNE VERIFICATION DES INFORMATIONS SOCIETALES : UNE QUETE DE LEGITIMITE POUR LES ENTREPRISES

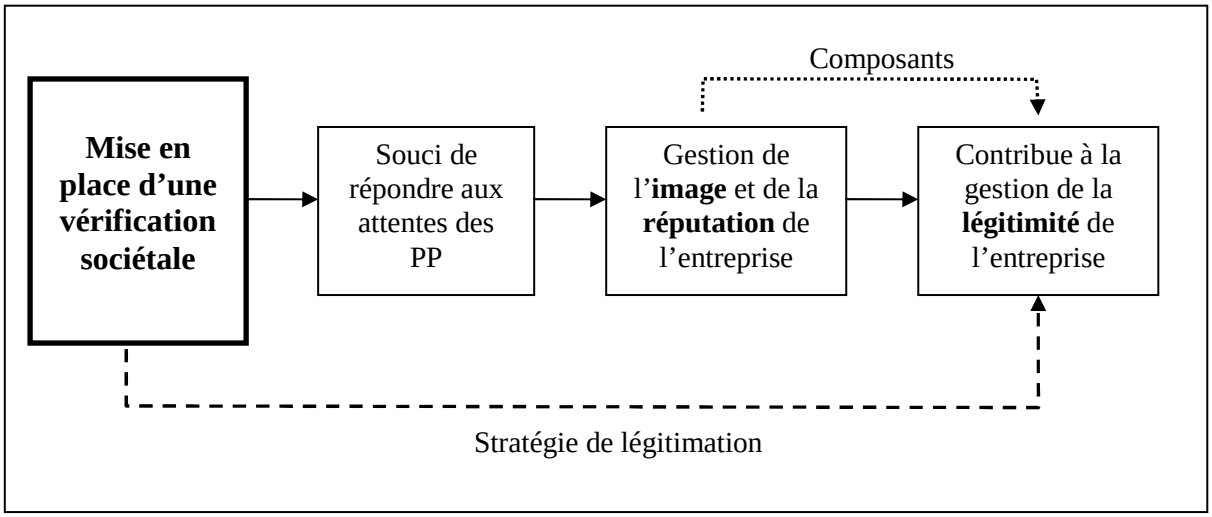
Il n'existe pas d'obligation de mettre en place une vérification des informations sociétales. Les entreprises, notamment françaises, sont donc incitées à mettre en place de telles pratiques pour de multiples raisons. La recherche de légitimité vis-à-vis des parties prenantes est l'un des éléments essentiels de la volonté des entreprises à mettre en place une vérification sociétale. Comme le précisent Ball et al. (2000), il semblerait que le fait même de faire vérifier les informations, et non leur contenu en lui-même, apporterait une légitimité organisationnelle. Il convient de préciser l'acception du terme « *légitimité* » qui englobe une réalité prosaïque : protéger l'image et la réputation de l'entreprise, ceci par exemple afin de préserver ses ventes ou sa capitalisation boursière. « *La vérification sociétale…qu'est ce que ça va me rapporter en image et donc en attractivité, en attractivité sociale mais l'attractivité sociale pour gagner des clients ou les conserver ou pour éviter d'en perdre* » (Entretien P.3). Ceci corrobore les résultats de l'étude de Simnett et al. (2009) qui montre que les entreprises cherchant à renforcer leur crédibilité et à bâtir leur réputation seront plus enclines à faire vérifier leurs informations sociétales par un tiers extérieur.

La question suivante formulée par Brown et al. (2006, p.100) illustre les propos précédents : « *Qu'est-ce que l'organisation veut que les autres pensent d'elle ?* ». A travers cette question, les auteurs postulent que les organisations doivent se positionner et communiquer dans l'esprit de leurs parties prenantes. Ceci vise à accroître l'attractivité de l'image organisationnelle auprès de ces groupes qui sont affectés par et affectent la stratégie de l'organisation (Scott et Lane, 2000). L'image organisationnelle est alors présentée comme une projection de la légitimité des organisations (Szostak-Tapon, 2008 ; Szosrak-Tapon et Dhuyvetter, 2010).

Dans la présente étude, les entreprises semblent actives dans la construction de leur image organisationnelle, la mise en place d'une vérification s'inscrit donc dans une stratégie intentionnelle en tant qu'instrument de poursuite de la légitimité. Il apparaît à l'issue des entretiens que les entreprises se soucient de l'image qu'elles véhiculent auprès de leurs parties prenantes. Comme le souligne l'un des répondants, «*… on veut maintenir ou améliorer la qualité de la relation que l'on a avec nos parties prenantes* » (Entretien E.3). Ainsi, cette vérification contribue pleinement à la construction de l'image et de la réputation de l'entreprise.

La figure 42 présente le processus de gestion de la légitimité des entreprises dans le cadre de la mise en place d'une vérification sociétale et illustre les propos précédents.

Figure 42 : La gestion de la légitimité par la mise en place d'une vérification sociétale



Ainsi, les rapports émis par les vérificateurs permettent à l'entreprise de mettre en valeur sa volonté de transparence et de fiabilisation de l'information sociétale. En effet, comme le révèle notre étude, ces rapports ne sont jamais de nature à remettre en cause l'exactitude des données. Il s'agit pour ces entreprises de donner une image positive (signaux positifs) pour paraître légitime aux yeux des diverses parties prenantes.

2. SYNTHESE ET APPORTS DE L'ETUDE EXPLORATOIRE POUR L'ETUDE QUANTITATIVE

Dans cette section, nous synthétisons les facteurs influençant la mise en place d'une vérification sociétale, issus de l'étude exploratoire (2.1). Nous revenons également sur les apports des résultats obtenus lors des entretiens pour la phase quantitative (2.2 et 2.3).

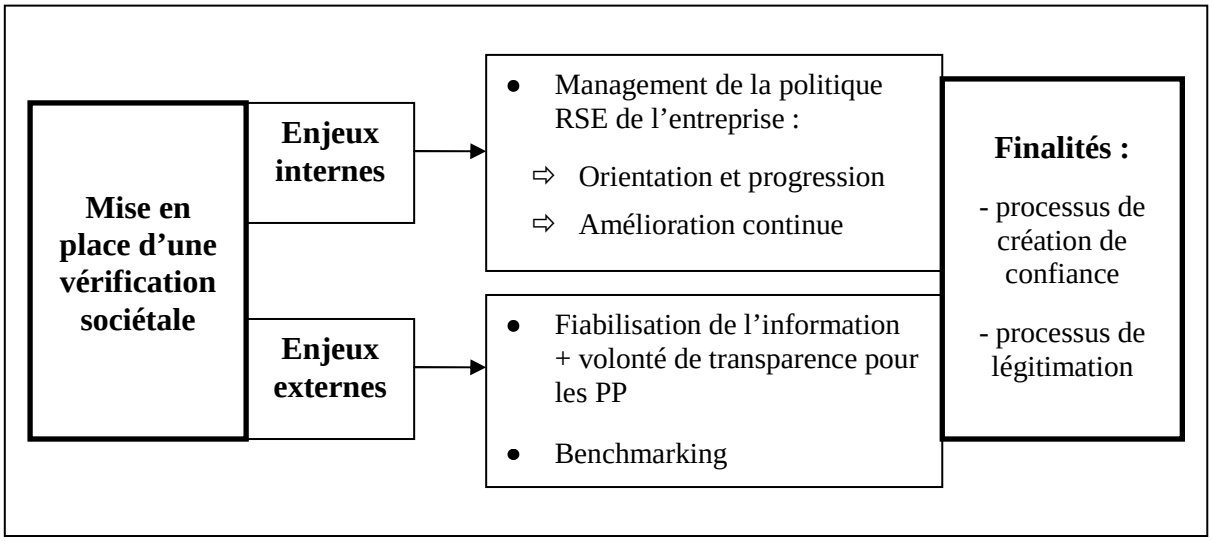
2.1. LA VERIFICATION SOCIETALE : DE MULTIPLES FACTEURS D'INFLUENCE

De manière générale, l'intérêt pour les entreprises de la mise en place d'une vérification sociétale est d'orienter leur politique développement durable et de faire progresser leur reporting sociétal. De ce fait, en interne, la mise en place d'une vérification sociétale est essentiellement présente dans la perspective d'améliorer les systèmes de gouvernance et la gestion des risques sociaux et environnementaux. Ainsi, la vérification sociétale semble s'intégrer dans un processus d'amélioration continue.

En outre, la mise en place d'une vérification des informations sociétales a pour but de garantir aux utilisateurs la fiabilité des informations diffusées (Carey et al., 2000 ; Dando et Swift, 2003 ; Kolk et Perego, 2010). Ces résultats corroborent les propos de la Fédération des Experts Comptables Européens (FEE, 2002) qui encourage les entreprises à accroître la confiance des actionnaires et des autres parties intéressées en renforçant la crédibilité des informations diffusées par l'intervention d'un vérificateur externe.

La volonté des entreprises à copier et à « benchmarker » les pratiques des entreprises considérées comme leader dans leur domaine est un facteur influençant la décision de mettre en place une vérification sociétale (Park et Brorson, 2005). L'effet de mimétisme est considéré comme un levier important dans la décision de mettre en place une vérification sociétale. Les entreprises leaders, qui effectuent une vérification sociétale, exercent indirectement une pression sur les autres entreprises qui les incite à copier ces « *best practices* » et à mettre en place une vérification sociétale. La figure suivante présente les enjeux internes et externes de la mise en place d'une vérification sociétale.

Figure 43 : Les enjeux de la mise en place d'une vérification des informations sociétales



Les entreprises sont de plus en plus nombreuses à vouloir améliorer la qualité de leurs informations diffusées. Cela va de pair avec la demande croissante d'informations fiables et crédibles fournies par la direction afin de gérer les risques sociaux et environnementaux de l'entreprise. En interne, les entreprises se soucient donc de gérer leur politique RSE. Les parties prenantes demandent également des informations fiables et veulent l'assurance que les informations diffusées représentent une image de l'organisation complète, précise et pertinente de l'impact qu'elle a sur la société et l'environnement naturel (AA 1000 AS, 2002 ; KPMG, 2002). Ceci amène les entreprises à prendre la décision de faire réaliser une vérification, par un tiers extérieur, de leurs informations sociétales et bien souvent d'imiter celles qui sont déjà passées à cette étape.

Comme le montre la figure précédente, ces différents enjeux pour les entreprises ont tout de même des finalités bien précises. Créer la confiance dans les informations diffusées est une finalité de la vérification sociétale : « *la vérification a pour but d'apporter un certain degré de confiance quant aux informations publiées* » (Entretien V.3), « *elle doit permettre de bâtir la confiance…* » (Entretien P.3). Cependant, la mise en place d'une vérification sociétale comme nous l'avons décrite précédemment, s'inscrit également dans un processus de légitimation qui passe par la gestion de son image et de sa réputation, « *il y a une considération d'image et de réputation pour les entreprises* » (Entretien P.3).

2.2. LA VERIFICATION SOCIETALE : UNE APPROCHE CONTRACTUELLE

Dans l'approche contractuelle, la vérification des informations sociétales s'insère dans une relation d'agence où elle a pour objectif de diminuer l'asymétrie d'informations entre les divers acteurs. En attestant des informations sociétales, la vérification contribue à la diminution des asymétries d'informations et exonère les parties intéressées d'une recherche individuelle d'informations fiables. Dans cette vision, la vérification sociétale constitue donc un mécanisme disciplinaire assurant la fiabilité des informations sociétales et contribuant à leur crédibilité par la réduction des conflits d'agence (Rivière-Giordano, 2007a ; Simnett et al., 2009). Ainsi, les dirigeants peuvent se soumettre à une vérification afin de certifier la qualité des informations diffusées de façon à réduire l'incertitude pour les utilisateurs et à alléger le poids des contrôles (Charreaux, 2000b ; Simnett et al., 2009). En effet, Chow (1982) montre que la demande de vérification externe résulte de la nécessité d'atténuer les coûts d'agence liés à l'asymétrie d'information avec les créanciers et la perte résultante de contrôle due à un manque d'observabilité du comportement des gestionnaires. En effet, les résultats de l'analyse des entretiens suggèrent que les entreprises, dans un souci de fiabilisation de l'information sociétale divulguée, mettent en place de telles pratiques : « …c'*est une garantie de la fiabilité de ce que l'on raconte* » (Entretien E.3).

En outre, l'aspect coûts/bénéfices de la vérification sociétale est important. Ainsi, la stratégie de mise en place par les entreprises d'une vérification sociétale peut être justifiée par l'existence d'un arbitrage coûts/bénéfices favorable aux entreprises : « *…pourquoi les entreprises engagent des coûts (parce que la certification ça coûte cher surtout pour des niveaux élevés) si elles ne comptent pas en retirer des avantages, bien sûr qu'elles y réfléchissent* » (Entretien P.1). Les efforts déployés par les entreprises dans la mise en place de vérification des informations sociétales supposent qu'elles attendent des bénéfices futurs supérieurs aux coûts engendrés. En effet, la mise en place d'une telle vérification a un coût qui n'est pas négligeable (Carey et al., 2000 ; Simnett et al., 2009 ; Kolk et Perego, 2010). Cependant, les interviewés reconnaissent que les bénéfices sont difficilement mesurables quantitativement et financièrement contrairement aux coûts engendrés. Ceux-ci peuvent expliquer que certaines entreprises ne souhaitent ou ne peuvent pas les supporter. Ainsi, la vérification est mise en place par les plus grandes entreprises qui sont les plus à même d'assumer les coûts engagés.

Pour les entreprises, l'intérêt porté aux différentes parties prenantes détentrices de ressources est important. En effet, les parties prenantes créancières contrôlent les ressources financières dont l'entreprise peut avoir besoin pour la poursuite de ses activités (Roberts, 1992). Les dirigeants demandent un audit externe en vue de se conformer aux contraintes imposées à leur organisation par leurs créanciers (Abdel-Khalik, 1993). Ainsi, la mise en place d'une vérification des informations sociétales peut être perçue comme la preuve d'un engagement de l'entreprise envers sa responsabilité sociétale qui pourra être perçue favorablement par les créanciers. Dans ce cas, la demande de vérification externe découle de la nécessité d'atténuer l'asymétrie d'information avec les créanciers, ainsi la mise en place d'une vérification est un mécanisme perçu par les créanciers comme un moyen de contrôle efficace (Balckwell et al., 1998). L'interaction entre l'entreprise et les sources de financement, que ce soit l'accès au marché ou par le biais des banques et des assureurs, semble importante. Comme le fait remarquer un des interviewés, il faut donner des gages à ces interlocuteurs sur les impacts environnementaux, sociaux et de gouvernance. Les cautions données aux créanciers passent par la mise en place d'une vérification sociétale.

On est passé à une ère où certains investisseurs, lorsqu'ils choisissent d'investir dans une entreprise cherchent d'autres référents que les référents purement financiers. Ainsi, nombre d'actionnaires ont des préoccupations non seulement financières mais également éthiques. Ils ont des visions et des objectifs différents qui peuvent être étudiés en fonction de leur temporalité. Certains ont une vision axée sur le court terme alors que d'autres ont une vision à long terme avec des exigences nécessairement divergentes. Ainsi, les actionnaires ayant une vision à long terme se préoccupent des risques sociaux, environnementaux et de gouvernance et sont plus demandeurs de « *transparence sociétale* » que les courts termistes. La mise en place d'une vérification sociétale permet aux entreprises de satisfaire la demande de transparence et de fiabilité de l'information diffusée et ainsi de justifier ses actions auprès des actionnaires, confortant ainsi son image d'entreprise responsable.

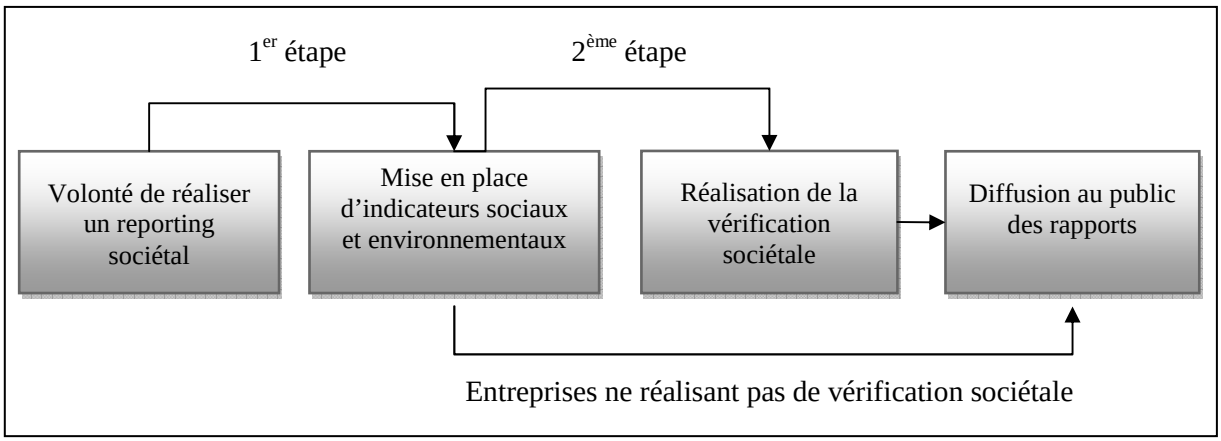
2.3 LA VERIFICATION SOCIETALE : UNE APPROCHE INSTITUTIONNELLE

La pratique de vérification sociétale est analysée comme une réponse des entreprises apportée aux contraintes institutionnelles de la société en ayant des comportements isomorphiques dans

un objectif d'obtention de légitimité (Meyer et Rowan, 1977 ; DiMaggio et Powell, 1991). Dans cette vision, la mise en place de vérifications sociétales sera perçue comme une réponse apportée aux pressions institutionnelles dans un objectif d'obtention de légitimité. L'attention portée au regard des parties prenantes telles que les actionnaires, les agences de notation ou encore les médias, révèle une volonté de gérer la réputation et l'image de l'entreprise. En effet, les informations sociétales diffusées par les entreprises sont de plus en plus scrutées par de multiples stakeholders et deviennent le socle de la réputation de l'entreprise. Les parties intéressées doivent pouvoir avoir confiance dans ces informations et cela implique qu'elles soient fiables. La mise en place d'une vérification contribue à la bonne qualité des informations sociétales et à leur fiabilité. Ainsi au-delà d'un problème économique dans lequel les entreprises réalisent un arbitrage entre les coûts et les bénéfices engendrés, il semble que le défi pour les entreprises mettant en place de telles pratiques est la conquête de légitimité.

L'analyse des entretiens a montré que la décision de mettre en place une vérification sociétale est intégrée dans un processus comportant plusieurs étapes. Lorsque les entreprises décident de réaliser un reporting sociétal, la première étape consiste à établir des indicateurs sociétaux et pour celles qui le désirent, la seconde est la réalisation d'une vérification sociétale. A la fin de ce processus, les informations sont diffusées au public dans divers documents (rapport de développement durable, site internet…). Cela est consistant avec la démarche de mise en œuvre d'un rapport environnemental présentée par Antheaume (2003). La figure suivante présente se processus.

Figure 44 : De la mise en place du reporting à sa diffusion



En conséquence, les entreprises se positionnent dans une démarche d'amélioration continue dans laquelle la vérification apparaît comme « *la suite logique du processus* ». « *Quand dans un groupe il y a une direction du DD qui est bien identifiée avec des ressources, qui est vraiment intégrée à la stratégie, qui a un relais au niveau du Top Management en tout cas la possibilité d'infléchir la stratégie du groupe… Et qui donc a aussi la responsabilité, qui porte la responsabilité du reporting, tout ça ce sont des facteurs qui favorisent l'émergence de la vérification externe au bout du compte sur le reporting DD* » (Entretien E.1). Ainsi, une entreprise déjà positionnée en matière de reporting sociétal sera plus encline que les autres à mettre en place ce type de pratiques. Au regard des résultats nous pouvons donc considérer que le positionnement de l'entreprise en matière de RSE et plus précisément du reporting sociétal a un effet sur la décision de l'entreprise à mettre ou pas en place une telle démarche.

L'étude exploratoire a fait émerger le phénomène du mimétisme comme facteur expliquant la mise en place d'une vérification sociétale. Pour certaines entreprises, il ne s'agit pas de se différencier des autres mais au contraire d'avoir un comportement mimétique et de copier leurs pratiques. La vérification sociétale est un mécanisme de légitimation par l'imitation appelé isomorphisme mimétique. Dans cette approche, il n'y pas de prise de conscience réelle des enjeux de la mise en place d'une vérification sociétale, les entreprises suivent simplement l'effet de groupe. « *Si la plupart des entreprises du secteur font vérifier leurs informations sociétales par un tiers extérieur bien évidement que les autres vont suivre au fur et à mesure* » (Entretien E.1). Cependant, les entreprises ne copient pas n'importe quelles entreprises : il y a une sélection des entreprises à imiter qui n'est pas faite au hasard. Le positionnement dans le domaine est important. Les entreprises considérées comme leaders dans leur domaine et en matière de RSE exerceront une pression et seront davantage copiées que les autres. De plus, comme le verbatim précédent le montre, une pression est également exercée par les entreprises appartenant à un même secteur.

S'agissant de la réglementation et de son effet sur la mise en place de pratiques de vérifications sociétales, deux discours s'opposent dans l'analyse des entretiens. Le premier est catégorique et peu argumenté, il émane de répondants qui ne reconnaissent en aucun cas le facteur coercitif comme facteur incitatif de la décision de l'entreprise. La loi NRE n'apparaît pas comme étant de nature à inciter les entreprises à mettre en place une vérification sociétale. Ces entreprises sont mues par d'autres facteurs déjà évoqués précédemment. Les autres types

de répondants admettent, que sur le sujet de la réglementation, il existe un lobbying et une résistance de la part de certaines entreprises dans l'apparition d'une loi future spécifique à la vérification sociétale qui naîtrait dans le cadre du Grenelle. Il apparaît également que l'aspect réglementaire est un facteur incitatif dans la décision des entreprises à mettre en place une vérification sociétale. Les aspects coercitifs sont appelés de façon générale « *contraintes juridiques ou gestatives* ». Ces contraintes semblent agir indirectement et influencer les entreprises dans la volonté de transparence et de fiabilisation de leur reporting en se manifestant nécessairement par la mise en place d'une vérification sociétale.

Enfin des pressions normatives peuvent influencer les entreprises dans leur décision de mettre en place une vérification sociétale. L'apparition de la norme professionnelle ISAE 3000 a incité les professionnels de la comptabilité à réaliser ces missions. Les vérificateurs sociétaux appartenant aux cabinets d'audit possèdent un ensemble de compétences développées à partir de leur formation en tant que contrôleurs légaux des comptes (Gray, 2000). Ils sont liés par les exigences de la Fédération Internationale des Comptables (IFAC) qui a rédigé un code de déontologie établissant les règles d'éthique pour ces professionnels (IFAC, 2005). Une distinction est donc faite entre les fournisseurs d'assurance qui sont membres de la profession d'audit et les autres fournisseurs d'assurance. Au niveau international, les professionnels de l'audit sont confrontés à une concurrence croissante de la part d'autres types de vérificateurs (O'Dwyer et Owen, 2005). Alors que dans le contexte français, la grande majorité des entreprises fait appel aux commissaires aux comptes et à l'expert développement durable de grands cabinets d'audit internationaux. Les résultats de la phase qualitative exploratoire montrent que les vérificateurs étant issus du même cabinet d'audit que celui réalisant les missions d'audit financier, leur connaissance de l'entreprise en amont n'est pas négligeable et peut véritablement influencer les entreprises dans le choix de mettre en place une vérification sociétale.

CONCLUSION DU CHAPITRE 4

Nous avons réalisé, auprès de divers acteurs, des entretiens semi-directifs sur la base de guides d'entretien spécifiques. La taille de l'échantillon a été déterminée selon le principe de la saturation sémantique et les entretiens ont été traités manuellement selon la méthode de l'analyse de contenu. A l'issue de cette analyse, plusieurs conclusions peuvent être formulées.

Tout d'abord, il apparaît que l'intérêt pour les entreprises de mettre en place une vérification sociétale est l'amélioration de leur reporting sociétal. La mise en place d'une vérification sociétale est vue comme s'insérant dans un processus dans lequel, après avoir décidé de réaliser un reporting sociétal, les entreprises mettent en place des indicateurs sociétaux dans une première étape puis réalisent une vérification sociétale dans une deuxième étape. A la suite de ces deux étapes une diffusion de ces informations dans divers documents a lieu, elle concerne les informations relatives aux indicateurs sociétaux et à l'avis du vérificateur. Ce processus s'intègre pleinement dans une démarche d'amélioration continue.
En outre, la mise en place d'une vérification des informations sociétales a pour but de garantir la fiabilité des informations diffusées et d'accroître la confiance des utilisateurs. Elle témoigne d'une volonté de transparence de la part des entreprises qui considèrent le rapport du vérificateur comme une information à part entière devant être transmise au public. Ainsi, les notions de transparence et de confiance apparaissent primordiales et justifient pour les entreprises la vérification sociétale.
Néanmoins, il apparaît que le rapport d'assurance étant peu documenté et peu explicite quant à la réalisation de la mission, la confiance pouvant lui être accordée est parfois mise en doute. Concernant le vérificateur, dans la majorité des entreprises françaises la personne réalisant la mission est le commissaire aux comptes de l'entreprise accompagné d'un expert en développement durable. La compétence et l'indépendance du vérificateur, gages de qualité de la vérification, sont dans certains cas discutables et de nature à remettre en cause la fiabilité pouvant être accordée à la mission.

Les résultats de l'étude exploratoire présentée dans ce chapitre donnent lieu à la formulation d'hypothèses de recherche dans le chapitre suivant.

CHAPITRE 5 - FORMULATION DES HYPOTHESES DE RECHERCHE ET PROPOSITION D'UN MODELE EXPLICATIF

CHAPITRE – 5

Formulation des hypothèses de recherche et proposition d'un modèle explicatif

Introduction

SECTION 1- HYPOTHESES DE RECHERCHE ISSUES DE LA LITTERATURE

1. Les déterminants de la vérification sociétale issus des théories contractuelles

2. Les déterminants de la vérification sociétale issus des théories néo-institutionnelles de la légitimité

SECTION 2 – HYPOTHESES DE RECHERCHE ISSUES DE L'ETUDE QUALITATIVE

1. Renforcement du choix des hypothèses issues de la littérature

2. Emergence de nouvelles hypothèses de recherche

SECTION 3 - OPERATIONNALISATION DES VARIABLES ET PRESENTATION DU MODELE EXPLICATIF

1. Mesure de la vérification sociétale

2. Opérationnalisation des variables explicatives

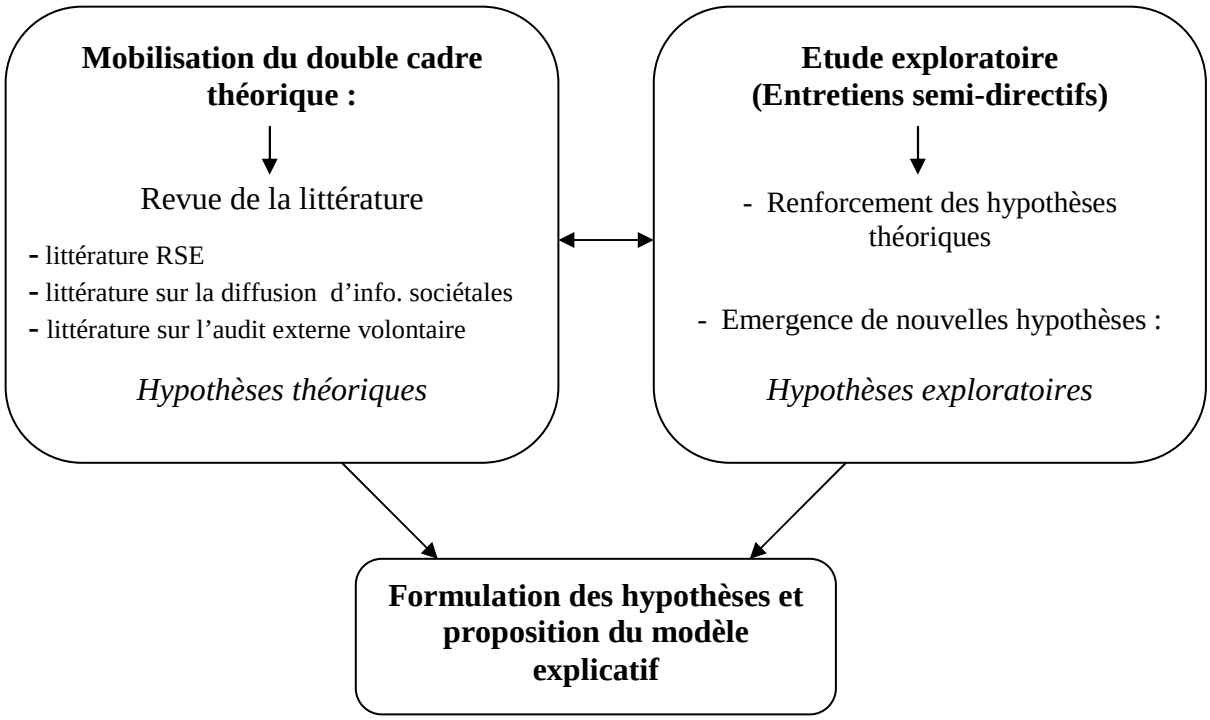
3. Modèle explicatif

Conclusion

INTRODUCTION DU CHAPITRE 5

La recherche vise à expliquer la mise en place par les entreprises d'une vérification de leurs informations sociétales. L'objectif de ce chapitre est donc de formuler les différentes hypothèses répondant à la question de recherche et d'élaborer un modèle explicatif qui sera par la suite testé au moyen d'une méthodologie quantitative. Tel que précisé précédemment dans le chapitre 3, nous mobilisons un double cadre théorique, contractuel et néo-institutionnel, pour expliquer la mise en place d'une vérification sociétale. Comme le décrit la figure ci-dessous et conformément au design de recherche, il ressort deux types d'hypothèses : une série d'hypothèses issues de la littérature appelées *hypothèses théoriques* ; une autre série d'hypothèses qui émergent du terrain et qui sont qualifiées d'*hypothèses exploratoires*. La formulation de ces hypothèses, à partir du cadre multi-théorique et de l'étude qualitative, nous a permis d'élaborer le modèle explicatif de la vérification sociétale.
La figure 45 présente la démarche d'élaboration des hypothèses.

Figure 45 : Démarche d'élaboration des hypothèses et proposition du modèle explicatif



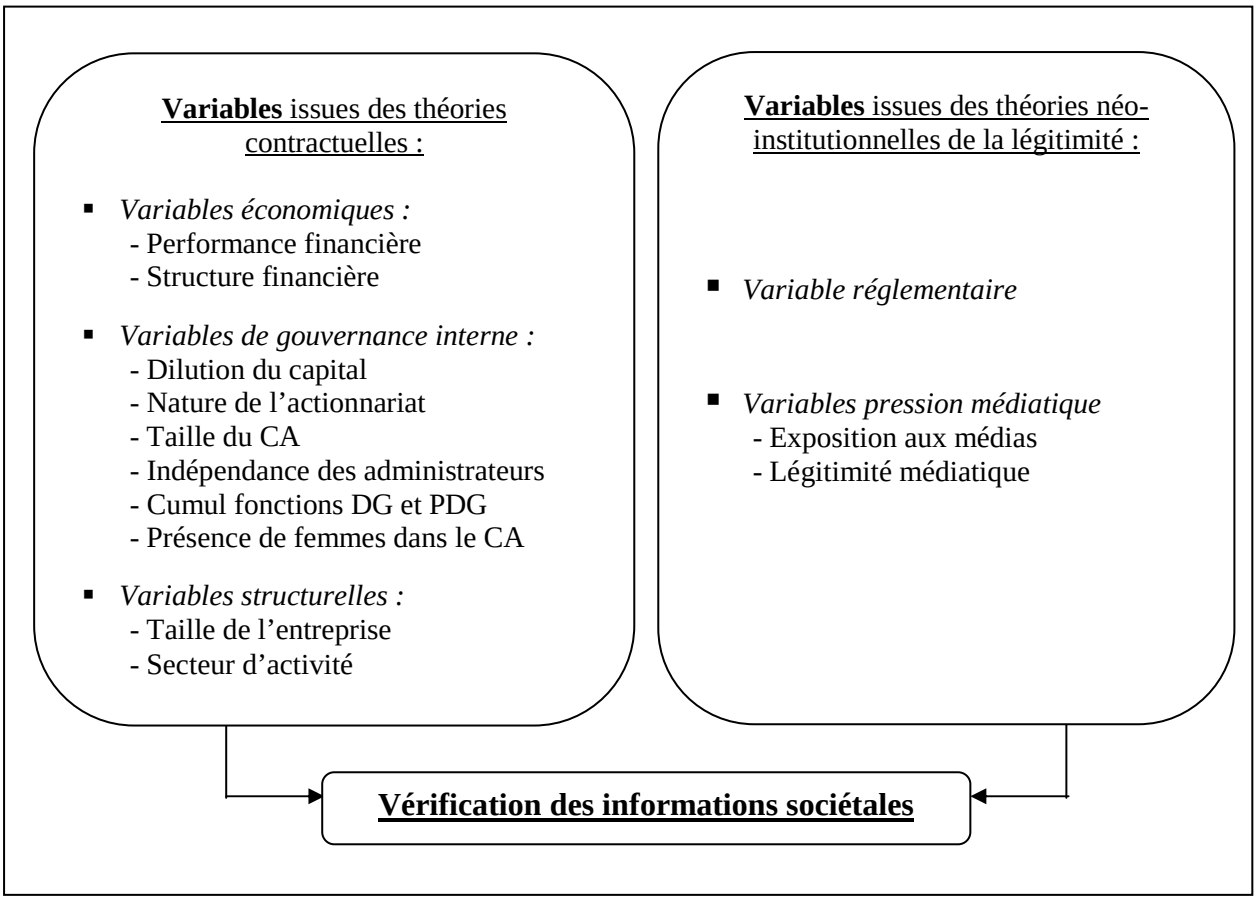
La démarche suivie comporte plusieurs étapes. Une première étape consiste à formuler les hypothèses à l'issue des lectures théoriques (section 1). Une deuxième étape consiste à étayer

et renforcer les hypothèses issues de la littérature et à faire émerger d'autres hypothèses par l'analyse des entretiens semi-directifs (section 2). Ces deux premières étapes permettent enfin de formuler un modèle explicatif de la mise en place d'une vérification sociétale (section 3). L'opérationnalisation des variables proposées est présentée dans une quatrième section (section 4).

SECTION 1 – HYPOTHESES DE RECHERCHE ISSUES DE LA LITTERATURE

Au vu de la littérature plusieurs variables explicatives peuvent être mises en exergue pour expliquer le comportement des dirigeants d'entreprises dans la volonté de mettre en place une vérification sociétale. Conformément au positionnement théorique adopté, nous classons les variables en deux catégories, d'une part, les variables issues des théories contractuelles, et d'autre part, les variables issues des théories néo-institutionnelles de la légitimité. Les variables contractuelles sont les variables économiques, les variables de gouvernance et les variables structurelles. Les variables institutionnelles correspondent à la variable réglementaire et à l'exposition aux médias. Ces variables sont synthétisées ci-dessous.

Figure 46 : Variables explicatives de la mise en place d'une vérification sociétale



Tout d'abord, nous présentons les déterminants issus des théories contractuelles et les hypothèses correspondantes (1), puis celles issues des théories néo-institutionnelles (2).

1. LES DETERMINANTS DE LA VERIFICATION SOCIETALE ISSUS DES THEORIES CONTRACTUELLES

Nous étudions l'impact des facteurs économiques sur la mise en place d'une vérification sociétale par les entreprises. De ce fait, des variables de performance et de structure financière seront étudiées (1.1). Nous considérons également l'impact de la gouvernance interne sur la vérification volontaire des informations sociétales. Plus spécifiquement, nous cherchons à savoir si la structure de propriété et les caractéristiques du conseil d'administration influencent la décision de recourir ou non à une vérification sociétale (1.2). Enfin, au vu de la littérature, il apparaît que les variables structurelles sont de nature à influencer la mise en place d'une vérification sociétale (1.3).

1.1. LES VARIABLES ECONOMIQUES

Les variables identifiées sont des variables économiques liées aux caractéristiques financières de l'entreprise. Qu'il s'agisse de la littérature sur la diffusion d'informations sociétales ou de la littérature sur la vérification externe au sens large, les auteurs suggèrent que les entreprises vérifiant leurs informations sociétales et diffusant cette information vont être influencées par des facteurs économiques (Chow, 1982 ; Patten, 1991 ; Roberts, 1992 ; Carey et al., 2000 ; Cormier et al., 2005 ; Simnett et al., 2009 ; Herda et Taylor, 2009). Ainsi, dans cette perspective, la performance financière de l'entreprise (1.1.1) ainsi que sa structure financière (1.1.2) sont des variables susceptibles d'influencer la décision de l'entreprise en matière de vérification sociétale.

1.1.1. La performance financière

En suivant la logique de l'arbitrage coûts/bénéfices, le niveau de performance financière de l'entreprise peut être un déterminant de la mise en place d'une vérification des informations sociétales. La mise en place de pratiques de vérification des informations sociétales engendre des coûts (Simnett et al., 2009 ; Kolk et Perego, 2010). Il y a deux types de coûts, des coûts liés à la vérification en elle-même et des coûts liés à la diffusion de cette information. Selon Oxibar (2003) la plupart des études travaillant sur l'impact de la performance suggèrent une relation positive entre la performance de l'entreprise et son niveau de responsabilité sociétale.

Les entreprises ayant une bonne performance financière auront davantage de moyens à consacrer à ce type de dépenses (Roberts, 1992). Alors que les entreprises qui ont une mauvaise performance financière préfèreront ne pas supporter ces coûts. En effet, Ullmann (1985) et Roberts (1992) précisent que dans des périodes de faible rentabilité, les demandes économiques sont prioritaires par rapport aux dépenses de RSE discrétionnaires. Dans ce cas, une performance financière satisfaisante a une influence certaine sur le niveau de soutien que les décisionnaires peuvent accorder aux activités futures de RSE. La performance financière est donc un proxy de la capacité de l'entreprise à supporter les coûts engendrés par la mise en place de pratiques de RSE. McGuire et al. (1988) suggèrent que la performance financière est une variable influençant la mise en place de pratiques de responsabilité sociétale au sein des entreprises. S'agissant des études relatives à la diffusion d'informations sociétales, Cormier et Magnan (1999, 2002) et McGuire al. (1998) mettent également en exergue une relation positive entre la diffusion d'informations sociétales et la performance financière de l'entreprise.

Ainsi, concernant la mise en place d'une vérification des informations sociétales, nous supposons que les entreprises ayant une performance financière élevée seront en mesure de supporter les coûts immédiats ou futurs induits par cette vérification et la probabilité de mettre en place une vérification sociétale sera alors plus importante. Les arguments qui précédent peuvent être résumés dans l'hypothèse suivante :

<u>Hypothèse n°1 :</u> La performance financière de l'entreprise influence positivement la mise en place par les entreprises d'une vérification sociétale.

1.1.2. La structure financière : le niveau d'endettement

Le niveau d'endettement des entreprises peut être un facteur influençant la décision de mettre en place une vérification sociétale. Selon Chow (1982) et également Carey et al. (2000), les débats théoriques quant à l'association entre le niveau de dette des entreprises et la demande d'audit externe ont tendance à favoriser une association positive. Ainsi, certains auteurs travaillant sur le niveau d'endettement et la mise en œuvre de pratiques de RSE montrent l'importance de se préoccuper des attentes des parties prenantes notamment celles détentrices de ressources utilent à l'entreprise. En effet, les parties prenantes créancières contrôlent les

ressources financières dont l'entreprise peut avoir besoin pour la poursuite de ses activités (Roberts, 1992). Dans le contexte de la diffusion des informations sociétales, Ulmann (1985) souligne également l'importance de la prise en compte des attentes des créanciers en termes d'informations liées à la mise en œuvre de la responsabilité de l'entreprise. Ainsi les entreprises finançant leur activité par la dette seront plus attentives aux préoccupations des créanciers en matière de responsabilité sociale (Oxibar, 2003). Cet argument est repris par Abdel-Khalik (1993) dans le contexte de la demande d'un audit externe volontaire. Il suggère que les dirigeants demandent un audit externe en vue de se conformer aux contraintes imposées par les créanciers. Ainsi, la mise en place d'une vérification des informations sociétales peut être perçue comme la preuve d'un engagement de l'entreprise envers sa responsabilité sociétale qui pourra être perçue favorablement par les créanciers. Balckwell et al. (1998) estiment que la demande de vérification externe découle de la nécessité d'atténuer l'asymétrie d'information avec les créanciers. La mise en place d'une vérification est alors perçue par ces mêmes créanciers comme un moyen de contrôle efficace. Dans le contexte des entreprises familiales australiennes, Carey et al. (2000) confirment l'hypothèse de l'impact positif du niveau d'endettement des entreprises sur la demande d'un audit externe. Les résultats de Chow (1982) vont dans le même sens : la demande de vérification externe est positivement reliée à un niveau d'endettement élevé. A l'instar des travaux antérieurs, nous formulons l'hypothèse suivante :

Hypothèse n°2 : ***Il existe une relation positive entre le niveau d'endettement de l'entreprise et la mise en place d'une vérification sociétale.***

1.2. LES VARIABLES DE GOUVERNANCE

Plusieurs autres types de variables sont utilisés pour étudier la décision de mettre en place une vérification sociétale. Il s'agit des variables liées à la gouvernance interne de l'entreprise. Deux séries d'hypothèses sont ainsi formulées. Nous nous intéressons tout d'abord aux effets de la structure de propriété sur la mise en place d'une vérification sociétale (1.2.1). Nous étudions ensuite les caractéristiques du conseil d'administration comme facteur explicatif de la décision de vérification sociétale (1.2.2).

1.2.1. Les effets de la structure de propriété sur la vérification sociétale

De nombreux auteurs ont démontré dans des contextes divers l'influence de la structure de propriété sur la transparence des entreprises (Mtanios et Paquerot, 1999 ; Gelb, 2000 ; Chau et Gray, 2002 ; Labelle et Schatt, 2005 ; Ben-Amar et Boujenoui, 2007 ; Ben Ayed-Koubaa, 2009). Ainsi, il apparaît que la dilution du capital augmente la transparence des entreprises et réduit les coûts d'agence (coûts de recherche d'informations), maximisant de ce fait la valeur globale des entreprises (Gelb, 2000 ; Chau et Gray, 2002 ; Labelle et Schatt, 2005). Outre le caractère dilué ou concentré du capital, l'identité des actionnaires semble également influencer la communication des entreprises (Faccio et Lang, 2002). Selon Kessler (2001), la nature de l'actionnariat est un facteur expliquant l'émergence du principe de transparence. Dans ce contexte, les catégories d'actionnaires prises en compte sont : les investisseurs institutionnels (Longstreth et Rosenblomm, 1973 cité par Oxibar, 2003 ; Agrawal et Mandelker, 1992), les actionnaires familiaux (Buhr et Freedman, 2001 ; Gallo et Kenyon-Rouvinez, 2004) et les actionnaires salariés (Pugh et al., 1999). Sur la base de ces résultats, nous supposons que le comportement des entreprises en matière de vérification volontaire des informations sociétales est impacté par la dilution du capital et les différentes catégories d'actionnaires qui détiennent le capital.

Dilution du capital

Selon la théorie de l'agence (Jensen et Meckling, 1976), il existe des conflits d'intérêts entre les actionnaires et les dirigeants du fait de la séparation des fonctions de propriété et de gestion. L'importance de ces conflits est donc déterminée par la structure de l'actionnariat. Ces conflits d'intérêts sont générateurs de coûts d'agence, dont les coûts de dédouanement qui nous intéressent ici plus particulièrement. Ces coûts sont supportés par l'agent pour rassurer le principal et lui prouver qu'il agit dans son intérêt. Ils résultent donc de la mise en place de mécanismes tels que la publication d'informations par l'agent et/ou la soumission volontaire à des contrôles. Selon la théorie de l'agence, les coûts de contrôle et de dédouanement augmentent avec la fraction d'actions détenues par le public (Labelle et Schatt, 2005). La forte dilution de l'actionnariat peut donc inciter les dirigeants à être plus transparents dans le but de réduire les coûts d'agence (coûts de contrôle) et de diminuer les conflits d'intérêts latents. Ils peuvent également vouloir se dédouaner pour révéler la bonne qualité de leur gestion et ainsi éviter d'être remplacés (Labelle et Schatt, 2005 ; Martinez, 2008). Ainsi, une

plus grande dispersion du capital, entraînant une plus grande séparation entre la propriété et la gestion, induit une demande accrue en termes de transparence de la part des dirigeants eux-mêmes dans un but de dédouanement mais également de la part des actionnaires (Labelle et Schatt, 2005 ; Martinez, 2008). Plus le capital de l'entreprise est dilué et plus les attentes des actionnaires se multiplient, ces derniers exigeant davantage d'informations et de garanties quant à la fiabilité de ces informations. Chau et Gray (2002) mettent en exergue, sur un échantillon d'entreprises de Hong-Kong et de Singapour, l'influence positive de la dilution du capital sur la diffusion d'informations des entreprises et leur volonté de transparence.

Suivant cette logique, lorsque le capital est diffus, les dirigeants seront amenés à faire vérifier les informations publiées y compris les informations sociétales. A l'inverse dans une entreprise dont le capital est concentré entre les mains d'un petit nombre d'actionnaires majoritaires, la demande en termes de fiabilité des informations sera moins importante. Dans ce cas, l'entreprise pourra s'abstenir de recourir à la vérification des informations sociétales. L'hypothèse 3 est ainsi formulée :

Hypothèse n°3 : ***Il existe une relation positive entre la dispersion du capital de l'entreprise et la mise en place d'une vérification sociétale.***

Nature de l'actionnariat

Les actionnaires jouent un rôle primordial dans la gestion et les décisions stratégiques des entreprises mais ce rôle varie en fonction de la catégorie à laquelle ils appartiennent (Martinet, 2002). En effet, dans la mesure où leurs statuts, leurs motivations et leurs comportements divergent (Gomez, 2001), les attentes des différents actionnaires sont disparates. Comme le précise Oxibar (2003), dans le contexte particulier de la mise en place de pratiques de responsabilité sociétale, le type d'actionnaire majoritaire est un facteur important. Selon qu'il s'agisse d'un actionnariat familial, d'actionnaires institutionnels ou encore d'actionnaires éthiques et préoccupés par des considérations sociétales, le niveau de transparence demandé et la confiance accordée aux informations diffusées ne seront pas les mêmes. De ce fait on peut penser que certains actionnaires ne demanderont pas de vérification des informations diffusées alors que d'autres l'exigeront.

Les actionnaires institutionnels

Les investisseurs institutionnels, dont le poids dans le capital et le rôle au sein des entreprises françaises se sont accrus au fil du temps (Dardour, 2009), « *désignent les investisseurs, autres que des individus, qui gèrent des fonds de manière professionnelle au sein d'une institution ou pour le compte de leurs clients* » (De Serres, 2005, p.172). Selon Amann et al. (2007), les investisseurs institutionnels sont composés des investisseurs non individuels tels que les assureurs, les fonds de pension, les fonds d'investissements ou encore les banques. Ces auteurs précisent que l'activisme actionnarial, influençant l'évolution de la gouvernance des entreprises, est aujourd'hui principalement le fait de ces investisseurs institutionnels. Ils possèdent des moyens et des ressources privilégiés qui en font des acteurs actifs dans le contrôle de la gestion des entreprises (Agrawal et Mandelker, 1992). Plus le nombre de ces actionnaires est important au sein de l'entreprise et plus ils sont incités à contrôler les dirigeants pour préserver leurs intérêts et de ce fait influencer la gestion de l'entreprise. Les études antérieures travaillant sur la propriété institutionnelle et les pratiques de responsabilité sociale ont démontré que les actionnaires institutionnels sont sensibles aux préoccupations sociétales (Longstreth et Rosenbloom, 1973). Bien que leur motivation finale reste économique, les actionnaires institutionnels intègrent les facteurs sociétaux dans leur choix d'investissement car ils renseignement sur la qualité du management et donc de l'investissement (Longstreth et Rosenbloom, 1973 ; Bowman et Haire, 1976). La mise en place d'une vérification sociétale étant un gage de confiance et de fiabilité dans les informations communiquées, nous supposons que l'entreprise sera influencée par la présence et la pression d'investisseurs institutionnels.

Hypothèse n°4a : ***Le pourcentage de capital détenu par les actionnaires institutionnels a un impact positif sur la décision de mettre en place une vérification sociétale.***

Les actionnaires familiaux

Selon Allouche et Amann (2000), il existe une multitude de définitions de l'entreprise familiale en fonction des critères retenus. Certaines reposent sur le seul critère de propriété ou de contrôle alors que d'autres sont multicritères. Parmi ces dernières, la définition de Davis et Tagiuri (1982) peut être citée : « *une organisation où deux ou plusieurs membres de la famille étendue influencent la direction de l'entreprise à travers l'exercice de liens de parenté, des*

postes de management ou des droits de propriété sur le capital ». Concernant les systèmes de gouvernance de ces entreprises, les auteurs mettent en exergue des spécificités au regard notamment du fonctionnement du CA (Carney, 2005 ; Miller et Le Breton-Miller, 2006 ; Charlier et Du Boys, 2009 ; Madani, 2009). Les membres de la famille exercent un double contrôle (par la propriété et par la direction) et en raison de leur forte implication dans les décisions de l'entreprise, ils orientent la gestion et les choix stratégiques vers le long terme (Neubaur et Lank, 1998). Pour satisfaire cet objectif de gestion à long terme, la gouvernance familiale encourage la transparence et la confiance (Gallo et Kenyon-Rouviney, 2004). Dans ce contexte, on peut supposer que les entreprises familiales favoriseront des actions permettant d'accroître leur transparence, telles que les missions de vérifications des informations sociétales. Dans le cadre de ce travail, nous nous intéressons à la part de capital détenue par les actionnaires familiaux. Nous supposons donc, à l'instar de Buhr et Freedman (2001), qu'il existe une relation positive entre la présence d'actionnaires familiaux et le niveau de diffusion d'informations sociétales.

Cependant, une relation inverse a également été mise en exergue. Pour Chau et Gray (2002), un actionnariat familial n'incite pas à la diffusion volontaire d'informations sociétales. Le contrôle étant exercé par des actionnaires faisant « partie de la maison », il n'est pas nécessaire de rendre publiques les pratiques environnementales et sociales et de démontrer la fiabilité de ces informations. L'absence de conflits d'intérêts entre la direction et les actionnaires familiaux entraîne des faibles coûts de surveillance (Daily et Dollinger, 1992) et une confiance accrue dans la direction et la gestion. Ainsi, nous ne définissons pas *à priori* le sens de la relation entre la part de capital détenue par les actionnaires familiaux et la mise en place d'une vérification sociétale.

Hypothèse n°4b : ***Le pourcentage de capital détenu par les actionnaires familiaux a un impact (positif ou négatif) sur la décision de mettre en place une vérification sociétale.***

Les actionnaires salariés

L'actionnariat salarié est né de l'ouverture du capital des entreprises à leurs salariés sous forme individuelle ou collective (Dondi, 1992) ; il s'agit d'une association entre le travail et le capital. Les actionnaires salariés ont accès à diverses sources d'informations : les

informations destinées aux actionnaires et celles recueillies en interne en tant que salariés. Le cumul des deux statuts permet ainsi aux salariés actionnaires de bénéficier d'avantages informationnels que n'ont pas les autres actionnaires (Gharbi et Lepers, 2008). Ce recoupement d'informations doit permettre aux actionnaires salariés de réduire l'asymétrie d'informations et de pouvoir mieux juger de l'efficacité des dirigeants et en fonction, d'utiliser ou non leurs pouvoirs de sanction. Des auteurs soutiennent l'idée que les employés actionnaires ont un pouvoir disciplinaire important, dans la mesure où la valeur de leur capital humain est en partie liée à la performance organisationnelle (Fama, 1980 ; Desbrières, 2002, et Gharbi et Lepers, 2008). L'impact positif de la présence d'actionnaires salariés sur la performance de l'entreprise a été démontré dans le contexte français (Dondi, 1992, d'Arcimoles et Trébucq, 2003). Au niveau international, Pugh et al. (1999) ont étudié la mise en place d'actionnariat salarié et la prise de décision d'entreprise. Ils mettent en évidence le lien entre la mise en place d'un actionnariat salarié et la réduction de la gestion court-termiste, entraînant notamment des pratiques impliquant une vision sur le long terme comme les investissements en R&D.

Dans le cadre d'une gouvernance partenariale au sein des entreprises, les actionnaires salariés sont susceptibles d'exercer un rôle, d'une part, formel par leur participation aux instances de représentation et de décision et d'autre part, informel par l'instauration d'un régime de confiance (Poulain-Rehm, 2007). Ils n'ont pas uniquement comme intérêt la création de valeur actionnariale mais sont attentifs aux divers enjeux et intérêts de l'entreprise. Ainsi, pour satisfaire leurs attentes, les dirigeants peuvent être incités à faire vérifier les informations sociétales divulguées, la vérification étant le signe d'une volonté de création de confiance à leur égard. L'hypothèse 4 est ainsi formulée.

Hypothèse n°4c : ***L'existence d'actionnaires salariés a une influence positive sur la mise en place d'une vérification sociétale.***

1.2.2. Les effets des caractéristiques du conseil d'administration sur la mise en place d'une vérification sociétale

Le conseil d'administration (CA) constitue un mécanisme important de la gouvernance interne (Boujenoui et Zeghal, 2006) et son efficacité dépend largement de ses caractéristiques (Ginglinger, 2002). La question de la composition d'un « bon » CA, soulevée récemment par Igalens et Point (2009), mérite à ce titre d'être étudiée. La qualité du CA semble dépendre de sa taille (Jensen, 1993 ; Godard, 2002 ; Godard et Schatt, 2005 a et b ; Ben Rhouma, 2008), du degré d'indépendance des administrateurs ainsi que du cumul des fonctions de directeur général et de président du CA (Godard et Schatt, 2005 a et b). Ces mêmes caractéristiques sont ici étudiées en tant que déterminants de la décision des entreprises en matière de vérification sociétale volontaire. La présence des femmes dans le CA (Ibrahim et Angelidis, 1994 ; Stephenson, 2004 ; Schnake, et al., 2006) est également prise en compte pour étudier la mise en place d'une vérification sociétale.

Taille du conseil d'administration

Selon Jensen (1993), la taille optimale des CA se situe entre 7 et 8 membres. Au-delà de ce nombre, les conseils deviennent plus facilement contrôlables par le dirigeant et sont de ce fait moins efficaces. Un CA de petite taille est à l'inverse supposé plus réactif et plus efficace, avec un contrôle managérial plus strict. Un nombre restreint d'administrateurs favorise en effet la communication et la coordination au sein de l'organe de surveillance et accroît sa capacité de contrôle des dirigeants. A l'inverse, comme le précise Maati (1999), la taille élevée d'un conseil d'administration accroît la difficulté d'obtention d'un consensus dans la prise de décision. Selon la théorie de l'agence, la taille élevée du CA est à l'origine de conflits de groupe (désaccords entre les membres ou conflits cognitifs) pouvant ralentir la prise de décision (Godard et Schatt, 2005a et 2005b). Un climat conflictuel au sein du CA est défavorable à l'implication de ses membres dans les décisions, laissant par là même au dirigeant une forte latitude (Godard, 2002).

Outre un contrôle plus strict des dirigeants, un CA de petite taille entraîne, selon Ben Rhouma (2008), une meilleure transparence. Elle démontre que les entreprises ont tendance à être plus transparentes quant aux conséquences sociales et environnementales de leur activité et à communiquer plus d'informations sociétales lorsque la taille du CA est réduite. Des

recherches ont également montré que la taille du conseil d'administration avait un impact sur la qualité de l'information diffusée (Klein, 2002 ; Xie et al., 2001). Les petits conseils sont plus efficaces et mènent par conséquent à l'amélioration de la qualité de l'information diffusée. Pour atteindre cet objectif de transparence et de qualité de l'information diffusée, nous supposons donc que les entreprises ayant un petit conseil d'administration seront incitées à vérifier leurs informations sociétales.

Hypothèse n°5 : ***Il existe une relation négative entre la taille du conseil d'administration et la mise en place d'une vérification sociétale.***

Indépendance des administrateurs

La présence d'administrateurs indépendants[20] au sein des CA est considérée comme une « bonne pratique » de gouvernance (Igalens et Point, 2009). L'efficacité du CA est en effet renforcée par la présence de membres extérieurs (Fama et Jensen, 1983) qui sont jugés plus compétents (ils sont souvent eux-mêmes dirigeants ou représentants d'organismes financiers) et plus objectifs par rapport à la direction que les administrateurs internes. Indépendance et compétence favorisent leur capacité d'opposition par rapport à la direction et accroît le contrôle managérial. A l'inverse, il est difficile pour un administrateur interne de s'opposer à son responsable hiérarchique et de contester une décision (Ben Ayer-Koubaa, 2009).

[20] Selon les rapports Viénot I et II, peut être considérée comme administrateur indépendant toute personne n'ayant « *aucun lien d'intérêt direct ou indirect avec la société ou les sociétés de son groupe et qui peut ainsi être réputée participer en toute objectivité aux travaux du conseil* » (Rapport Viénot I, 1995). Il s'agit plus simplement d'un administrateur qui « *n'entretient aucune relation de quelque nature que ce soit avec la société ou son groupe qui puisse compromettre l'exercice de sa liberté de jugement* » (Rapport Viénot II, 1999). En 2002, le rapport Bouton est venu renforcer l'importance des administrateurs indépendants. Six critères doivent être respectés pour qualifier un administrateur d'indépendant (Rapport Bouton, 2002 :10) :
« *- ne pas être salarié ou mandataire social de la société, salarié ou administrateur de sa société mère ou d'une société qu'elle consolide et ne pas l'avoir été au cours des cinq années précédentes.*
- ne pas être mandataire social d'une société dans laquelle la société détient directement ou indirectement un mandat d'administrateur ou dans laquelle un salarié désigné en tant que tel ou un mandataire social de la société (actuel ou l'ayant été depuis moins de cinq ans) détient un mandat d'administrateur.
- ne pas être client, fournisseur, banquier d'affaire, banquier de financement : significatif de la société ou de son groupe, ou pour lequel la société ou son groupe représente une part significative de l'activité.
- ne pas avoir de lien familial proche avec un mandataire social.
- ne pas avoir été auditeur de l'entreprise au cours des cinq années précédentes
- ne pas être administrateur de l'entreprise depuis plus de douze ans.»

Les administrateurs indépendants sont *a priori* plus réceptifs aux différentes attentes des parties prenantes, notamment au sujet de la responsabilité sociale. Leur présence est ainsi censée favoriser la prise en compte de la dimension « développement durable » dans les décisions du CA (Wiedemann-Goiran et al., 2003, p.138). Par ailleurs, une relation positive a été démontrée entre l'indépendance du CA et la diffusion d'informations volontaires (Cheng et Courtney, 2006). Par exemple, Cormier et al. (2006) montrent que l'indépendance du CA encourage la communication d'informations socio-économiques sur le web. Dans le même ordre d'idées, Ben Rhouma (2008) révèle l'existence d'une relation positive entre l'indépendance du CA et le niveau de diffusion d'informations sociétales. S'agissant de la mise en place de la vérification sociétale, nous pensons que la demande en termes de confiance et de fiabilité s'accroît avec l'indépendance du conseil d'administration. Ainsi, il est à prévoir un impact positif de la présence d'administrateurs indépendants sur la décision de mettre en place une vérification sociétale.

Hypothèse n°6 : ***La présence dans le conseil d'administration d'une majorité d'administrateurs externes indépendants a un effet positif sur la décision de mettre en place une vérification sociétale.***

Cumul des fonctions de directeur général (DG) et de président du conseil d'administration

Selon Fama et Jensen (1983), lorsque le dirigeant cumule les fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration, sa capacité est forte d'influencer les décisions du CA. Le cumul de ces deux fonctions est une source possible de conflits d'intérêts dans la mesure où le dirigeant va défendre les projets qu'il a initiés, même s'ils ne sont pas créateurs de valeur pour les actionnaires. Ainsi selon Jensen (1993), le cumul des deux fonctions ne permet pas au CA de jouer pleinement son rôle de surveillance.

Dans le cas de la diffusion d'informations volontaires, Forker (1992) puis Ho et Wong (2001) ont montré que le cumul des fonctions de président du CA et de DG (la personne cumulant les deux fonctions étant qualifiée de personnalité dominante « *Dominant Personality* ») a un effet négatif sur la qualité de la communication de l'entreprise. De même, dans le contexte français, Lakhal (2005) révèle que les entreprises sont moins enclines à diffuser volontairement des

informations lorsque les fonctions de contrôle et de direction sont exercées par la même personne. Au vu de ces résultats, nous supposons que le cumul des fonctions de contrôle et de décision a un effet négatif sur la transparence de l'entreprise et donc sur sa volonté de mettre en place une vérification sociétale.

Hypothèse n°7 : ***Le cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration a un effet négatif sur la décision de mettre en place une vérification sociétale.***

Présence de femmes au sein du conseil d'administration

En France, Dambrin et Lambert (2006) constatent l'existence d'un plafond de verre au niveau des mandats occupés par les femmes dans les CA. Le pourcentage de femmes administrateurs dans les sociétés françaises, reste à ce jour faible. Selon l'association « action de femmes » pour la promotion des femmes dans les CA, au 1er septembre 2009, seules 50 femmes occupent 59 mandats sur les 625 mandats d'administrateurs des sociétés du CAC 40. Comme le précisent Martin et Pignatel (2004), même si la place des femmes dans les CA augmente, le pouvoir économique reste encore aujourd'hui détenu par les hommes. Or, la présence de femmes au sein des instances de pouvoir et notamment des CA, peut être vue comme un gage de qualité de ceux-ci (Igalens et Point, 2009 ; Kramer et al., 2006). Une étude réalisée auprès de femmes dirigeantes, de président(e)s et de secrétaires de CA des entreprises du *Fortune* 1000 révèle que la présence de femmes administrateurs améliore les échanges entre les membres du CA et du management, du fait de leur leadership plus collaboratif, entraînant ainsi une meilleure prise en compte par la direction des préoccupations du conseil (Kramer et al., 2006). De plus, le fait que des femmes siègent dans les conseils facilite la communication entre les différentes parties prenantes et l'intégration de leurs attentes dans les décisions. Au final, la présence de femmes administrateurs semble améliorer l'efficacité des CA.

Concernant les questions sociétales, l'étude réalisée par Ibrahim et Angelidis (1994) examine les relations entre le genre (homme/femme) des membres du CA et leur orientation en ce qui concerne la RSE. Les auteurs utilisent les quatre dimensions (économique, légale, éthique et discrétionnaire) de la RSE issues du modèle de Carroll (1979) et examinent les positions

respectives des hommes et des femmes par rapport à ces dimensions. Il apparaît que contrairement à leurs collègues masculins, les femmes se sentent concernées par les composantes discrétionnaires de la RSE. Les hommes quant à eux s'intéressent davantage à la performance économique. Aucune différence notable entre les deux genres n'est observée pour les dimensions légale et éthique de la RSE. En résumé, les femmes sont moins concernées, que leurs homologues masculins, par l'aspect économique de la RSE et s'intéressent davantage aux aspects philanthropiques. Un résultat similaire a également été mis en exergue par Williams (2003). Selon Ibrahim et Angelidis (1994), les femmes étant présentes dans les CA d'entreprises riches, elles peuvent se permettre d'être plus sensibles aux besoins philanthropiques. Par ailleurs, étant souvent plus jeunes que les hommes, leurs systèmes de valeurs sont différents. Dans le même ordre d'idées, les études récentes de Stephenson (2004) et de Schnake et al. (2006) révèlent que la présence de femmes administrateurs influence la performance sociétale des entreprises et augmente l'utilisation de mesures non financières de performance comme la RSE. Pour répondre aux attentes des femmes administrateurs, nous supposons que les entreprises vont être incitées à vérifier les IS qu'elles diffusent.

<u>Hypothèse n°8 :</u> Il existe une relation positive entre la présence de femmes au sein du conseil d'administration et la mise en place d'une vérification sociétale.

1.3. LES VARIABLES STRUCTURELLES

La littérature fait de nombreuses fois référence aux caractéristiques structurelles des entreprises pour étudier leur comportement. Les variables identifiées ici seront donc appelées variables structurelles. Il s'agit de la taille (1.3.1) et du secteur d'activité des entreprises (1.3.2). Le lien entre la diffusion d'informations, leur vérification et la taille des entreprises a notamment été mise en exergue par Chow, 1982 ; Hibbit, 2003 ; Cormier et al., 2005. Quant au secteur d'activité, il semble également être un facteur déterminant dans la décision des entreprises de faire vérifier leur information sociétale (Simnett et al., 2009 ; Kolk et Perego, 2010).

1.3.1. La taille de l'entreprise

Il existe dans la littérature plusieurs arguments théoriques quant à l'existence d'un lien entre la taille de l'entreprise et la mise en place de pratiques de RSE telles que la diffusion et la vérification des informations sociétales. La taille étant une source de visibilité, plus une entreprise est grande et plus elle sera observée et soumise à des pressions de la part du public (Cooke, 1992). Comme le précisent Bewley et Li (2000), les entreprises de grande taille doivent se comporter de manière exemplaire du fait de leur visibilité. En raison de l'attention particulière portée aux entreprises de grande taille et afin de conserver leur crédibilité, elles ont donc tout intérêt à être transparentes. De manière générale, la taille de l'entreprise, source de visibilité, incite les entreprises à mettre en place des pratiques visant à démontrer leur engagement environnementalement et socialement responsable. Ceci est en consonance avec les nombreuses études en matière de diffusion d'informations sociétales qui constatent que du fait de leur visibilité accrue, les entreprises de grande taille sont incitées à mettre en place des pratiques de RSE telles que la diffusion d'informations sociétales (Berthelot et al., 2003 ; Bewley et Li, 2000 ; Brammer et Pavelin, 2006 ; Lee et Hutchison, 2005). Les grandes entreprises se sentent plus visées et trouvent qu'il est nécessaire de justifier leur engagement en matière de RSE, de ce fait elles essaient de multiplier les moyens de montrer au public leur engagement dans ce domaine (Damak-Ayadi, 2007). Ces arguments sont repris dans le contexte particulier de la demande de vérification sociétale par Kolk et Perego (2010). Ils justifient le lien entre la taille des entreprises et la demande de vérification sociétale, par la littérature en comptabilité environnementale et en audit externe. Cependant, ces auteurs ne trouvent pas de lien significatif.

D'autres études portant sur la demande d'audit externe volontaire ont démontré que les coûts d'agence élevés, reflétés par la taille de l'entreprise, sont positivement associés à la demande de vérification volontaire (Chow, 1982 ; Abdel-Khalik, 1993 ; Carey et al., 2000). En se basant sur la théorie de l'agence, Carey et al. (2000) précisent que les coûts d'agence vont augmenter avec la taille de l'entreprise et que la mise en place d'une vérification externe peut servir de réponse à cette augmentation de coûts. En effet, l'audit est une activité réductrice de coûts d'agence, qui permet d'expliquer la mise en place de ces pratiques comme mécanismes de contrôle (Watts et Zimmerman, 1986 ; Richard, 2003). Chow (1982) a également utilisé le cadre de la théorie de l'agence et de l'existence des coûts d'agence pour étudier l'impact positif de la taille des entreprises sur la demande de vérification externe volontaire.

A l'instar des ces recherches et quelques soient les arguments avancés, nous suggérons que plus les entreprises sont grandes et plus elles sollicitent une vérification de leurs informations sociétales. L'hypothèse de la taille de l'entreprise est donc formulée comme suit :

Hypothèse 9 ***: La taille de l'entreprise est une variable qui influence positivement la mise en place par l'entreprise d'une vérification sociétale.***

1.3.2. Le secteur d'activité

Le secteur d'activité semble être un facteur important dans la mise en place de pratiques de RSE au sein des entreprises et plus particulièrement dans la décision de mettre en place une vérification sociétale. Selon Cowen et al. (1987), il s'agit d'un souci de visibilité de la part des entreprises appartenant à des secteurs plus ou moins sensibles. Une entreprise œuvrant dans un secteur sensiblement exposé d'un point de vue environnemental et/ou social fera l'objet d'une attention particulière de la part du gouvernement et tentera de répondre à ces pressions gouvernementales en diffusant des informations sociétales. Il peut s'agir également d'une visibilité non pas au niveau du gouvernement mais aussi au niveau du public pour les entreprises « *consumer oriented* » (Cowen et al., 1987). Les entreprises situées dans des secteurs d'activités orientés vers le public démontreront davantage leur engagement en matière de responsabilité sociétale que les autres entreprises, cela en diffusant et en faisant vérifier leurs informations sociétales. Ainsi, des recherches antérieures ont démontré l'existence d'une association positive entre le secteur d'activité des entreprises reflétant le niveau d'exposition aux risques environnementaux et sociaux et le niveau de diffusion d'informations environnementales et sociétales (Adams et al., 1998 ; Patten, 2002).

En s'appuyant sur cette hypothèse et sur les résultats de ces études, des auteurs ont prédit que les sociétés appartenant à des secteurs ayant un plus grand impact sociétal sont plus exposées aux risques sociétaux et auront un plus grand besoin, pour gérer ces risques, de mettre en place une vérification sociétale, ceci afin d'accroître la confiance des utilisateurs dans la crédibilité de l'information sociétale diffusée (Simnett et al., 2009 ; Kolk et Perego, 2010). Ainsi, Kolk et Perego (2010) citent les secteurs du pétrole, du gaz et des produits chimiques,

des services aux collectivités, de la fabrication et de la finance comme étant les plus exposés aux risques environnementaux et sociaux. Les auteurs prévoient que la demande accrue de responsabilisation et d'information crédible de la part des groupes d'intervenants dans ces secteurs est un facteur influençant positivement la demande d'une information sociétale vérifiée par un tiers extérieur. En effet, suivant le secteur d'activité dans lequel œuvrent les entreprises, le besoin d'améliorer la crédibilité de l'information sociétale diffusée s'accroît et peut donc influencer la décision d'assurer l'information sociétale (Simnett et al., 2009). Il en résulte l'hypothèse suivante :

***Hypothèse 10** : Les entreprises appartenant à des secteurs sensibles seront plus enclines à mettre en place une vérification de leurs informations sociétales.*

2. LES DETERMINANTS DE LA VERIFICATION SOCIETALE ISSUS DES THEORIES NEO-INSTITUTIONNELLES DE LA LEGITIMITE

Il s'agit de montrer l'importance des variables institutionnelles pour expliquer le choix de la mise en place d'une vérification sociétale. Ainsi, des théories néo-institutionnelles, sont déduits des déterminants qui permettent d'analyser la manière dont les entreprises réagissent aux sollicitations de leur environnement. Dans cette vision, la mise en place d'une vérification sociétale sera analysée comme une réponse apportée aux pressions institutionnelles dans un objectif d'obtention de légitimité. Nous supposons que la décision de mettre en place une vérification sociétale est une réponse aux pressions coercitives notamment réglementaires (2.1). Nous considérons également que la pression médiatique peut motiver les entreprises à mettre en place une vérification volontaire des informations sociétales (2.2).

2.1. LA VARIABLE LIEE A LA REGLEMENTATION

L'existence d'un environnement légal ou coercitif au sens de DiMaggio et Powell (1983) peut affecter le comportement et la structure des organisations. Les entreprises sont soumises à des règles ou des injonctions provenant de niveaux de régulation supérieurs (Reynaud, 1997). Même s'ils ne sont pas les seuls, les dispositifs législatifs sont caractéristiques de ce type de pression coercitive (Klarsfeld et Delpuech, 2008). Plusieurs recherches ont étudié le facteur

réglementaire comme déterminant de la décision de mettre en place des pratiques de RSE. Allouche et al. (2004) font remarquer que des pressions institutionnelles coercitives, qu'il s'agisse de la loi NRE ou d'autres dimensions réglementaires, s'exercent dans le champ de la RSE. Dans le cadre de la mise en place d'une vérification sociétale, Zadek et Raynard (2004) précisent que, même s'il n'existe pas d'obligation et de législation pour la mise en place d'une vérification sociétale, l'environnement réglementaire est tout de même susceptible de jouer un rôle crucial dans le développement de telles pratiques.

Dans la littérature, l'aspect réglementaire est appréhendé à travers la cotation de l'entreprise. En effet, la réglementation relative à la transparence, à la publication d'informations et aux pratiques de RSE varie d'un pays à l'autre. Dans ce sens, la visibilité en termes de transparence et de crédibilité des informations diffusées, sont des conditions essentielles pour pouvoir accéder aux marchés des capitaux internationaux. Dans la même veine, Meek et al. (1995) et Raffournier (1995) soulignent que la cotation multiple des entreprises est un facteur susceptible de les motiver à devenir plus ouvertes en termes d'informations au marché. Guthrie et Parker (1990), Gray et al. (1995) et Hackston et Milne (1996) font le même constat s'agissant de l'information sociétale. Oxibar (2003) confirme que les entreprises multicotées sont présentes sur divers marchés dans lesquels, les intervenants ont des attentes accrues ou différentes par rapport au marché domestique et imposent des obligations accrues ou divergentes de celles du marché d'origine.

A l'instar de ces études, nous supposons que les entreprises, soumises à des pressions coercitives liées aux questions sociétales mais aussi liées aux aspects de diffusion de l'information, seront incitées à demander une vérification de leurs informations sociétales diffusées. La pression réglementaire est donc appréhendée à travers la cotation des entreprises. Ainsi, les entreprises qui ont une multicotation, c'est-à-dire qui sont cotées sur au moins deux marchés réglementés et qui ont donc davantage de contraintes réglementaires que les autres, seront plus incitées à mettre en place une vérification sociétale.

Hypothèse 11 : Les entreprises qui sont cotées sur plusieurs marchés seront davantage incitées à adopter une vérification de leurs informations sociétales.

2.2. LES VARIABLES LIEES A LA PRESSION MEDIATIQUE

On entend par pression médiatique l'influence que les informations véhiculées par les médias ont sur le public. Ces informations sur les entreprises peuvent en effet influencer les opinions des parties prenantes. Par conséquent, les médias de masse disposent d'un pouvoir indirect sur les entreprises et sur leur légitimité (Decock-Good, 1998).

De nombreux auteurs utilisent les articles parus dans la presse pour mesurer la pression médiatique, qui est assimilée à la pression des groupes sociaux et de la société. Certaines entreprises peuvent être surmédiatisées par rapport à d'autres. Les événements en relation avec les conséquences de l'activité environnementale et sociale de l'entreprise et qui sont médiatisés, peuvent orienter l'opinion publique vers cette entreprise (Ben Rhouma, 2008). En mettant en place une stratégie sociétale de diffusion et de vérification, l'entreprise va vouloir soit répondre à des accusations (Antheaume, 2001) soit, au contraire, montrer sa bonne foi et légitimer ses activités. En effet, les médias véhiculant une partie de l'image des entreprises et pouvant de ce fait agir sur les croyances et l'opinion publique (Borchani, 2004), il est de l'intérêt de l'entreprise de mettre en œuvre des moyens lui permettant de contrôler à son avantage cette opinion publique. Les entreprises réagissent aux préoccupations du public, qui exerce une pression, par le biais d'une diffusion accrue d'informations sociétales (Li et al., 1997 ; Brown et Deegan, 1998 ; Bewley et Li, 2000). Plusieurs travaux académiques ont tenté de valider l'hypothèse d'une diffusion d'informations sociétales en réponse aux pressions du public. Ces recherches ont utilisé la théorie du « *media agenda setting* ». Cette théorie postule que l'accent mis par les médias sur certains sujets ne reflète pas l'intérêt du public mais au contraire que ce sont les médias qui attirent l'attention du public sur ces sujets (Brown et Deegan, 1998 ; Deegan et al., 2002). En s'appuyant sur la théorie du « *media agenda setting* » et de la légitimité, Brown et Deegan (1998) suggèrent que les médias peuvent jouer un rôle dans la conduite des préoccupations de la communauté et que les organisations répondront à ces préoccupations en augmentant l'étendue de leur diffusion d'informations sociétales. La plupart des recherches antérieures ont donc examiné le lien entre la hausse de couverture médiatique et la divulgation d'informations environnementales. Aerts et Cormier (2009) ont étendu l'analyse en intégrant le contenu spécifique de l'exposition médiatique (favorable/défavorable) comme mesure directe de la légitimité médiatique.

Ainsi, dans la présente recherche, nous testons l'influence du niveau d'exposition médiatique sur la mise en place d'une vérification sociétale (2.2.1). La légitimité médiatique antérieure des entreprises sera également étudiée comme un facteur explicatif du choix de mettre en place une vérification sociétale (2.2.2).

2.2.1. Le niveau d'exposition aux médias

Au vu des études sur l'exposition médiatique des entreprises (Brown et Deegan, 1998 ; Cormier et Magnan, 2003 ; Cormier et al., 2004 ; Aerts et Cormier, 2009), il apparaît que les entreprises faisant l'objet d'une forte exposition médiatique vont mettre en œuvre des pratiques de RSE et, dans notre cas une vérification sociétale dans un objectif d'obtention de légitimité. Ainsi, certains auteurs font référence dans leur étude à l'intensité de la couverture médiatique de l'entreprise comme mécanisme mesurant l'impact des forces de légitimation sur l'entreprise (Neu et al., 1998 ; Aerts et al., 2006). Cormier et Magnan (2003) montrent le lien positif entre la visibilité médiatique des entreprises, mesurée par la quantité d'articles de presse, et l'étendue des rapports environnementaux. Dans le contexte français, Giordano-Spring (2008) a montré que la visibilité médiatique, proxy de la pression du public, influençait la qualité des informations sociétales diffusées. Elle mesure la visibilité médiatique par le nombre d'articles parus dans la presse concernant les questions sociétales. Cela corrobore les propos de Park et Brorson (2005) qui précisent que l'un des facteurs influençant la mise en place d'une vérification des informations sociétales est l'attention médiatique, par laquelle la crédibilité des informations sociétales des entreprises est mise au défi.

A l'instar des études antérieures, nous souhaitons montrer que les entreprises poursuivent une stratégie de légitimation en mettant en place une vérification de leurs informations sociétales, en réponse au niveau d'attention des médias qui forgent les attentes du grand public sur les questions sociétales.

Hypothèse 12 : Il existe une relation positive entre le niveau d'exposition des entreprises aux médias et la mise en place d'une vérification sociétale.

2.2.2. La légitimité médiatique

Certains chercheurs ne se sont pas contentés de mesurer uniquement le niveau d'exposition ou de couverture aux médias mais ont étudié le contenu et l'opinion de ces médias (favorables, défavorables, neutres). Ceci mesure la *légitimité médiatique*. Prenant ses racines dans les croyances et les perceptions, la légitimité peut être conçue comme une évaluation ou une estimation de l'acceptation de ce qui est approprié et/ou désirable (Rao, 1994 ; Suchman, 1995 ; Fombrun, 1996 ; Aerts et Cormier, 2009). Ainsi, la légitimité concerne surtout la perception. Ce qui est dans le concept de légitimité, ce sont les perceptions qu'ont les publics concernés ou la société dans son ensemble. De ce fait, les médias jouent un rôle important dans les processus de légitimation (Fombrun, 1996 ; Rao, 1998).

Pour évaluer cette *légitimité médiatique,* Aerts et Cormier (2009) analysent le contenu des articles de presses concernant les sujets environnementaux. Les auteurs utilisent une mesure directe de la légitimité environnementale, fondée sur le rôle des médias pour évaluer la perception du public sur la légitimité environnementale d'une entreprise. Selon Aerts et Cormier (2009), les institutionnalistes suggèrent que l'analyse de contenu des sources médiatiques peut être utile pour étudier les processus de légitimation. L'existence d'archives de la couverture des médias dans de multiples secteurs permet d'analyser le contenu de ces sources publiques et offre une technique adéquate pour opérationnaliser la légitimation. Ainsi, les deux auteurs étudient le lien entre la légitimité médiatique et la diffusion d'informations environnementales à travers les rapports annuels et les communiqués de presse diffusés par les entreprises elles-mêmes. Dans la même veine, Aw et al. (2009) étudient l'impact de la légitimité environnementale, mesurée par le caractère favorable/défavorable des articles de presse, sur la diffusion d'informations sociétales et sa qualité. Les auteurs démontrent un lien négatif entre la légitimité médiatique des entreprises et leur niveau de diffusion environnementale. Ainsi, suivant le contenu des articles de presse (favorable/défavorable/neutre) qui est une mesure directe de la légitimité médiatique, le besoin d'améliorer la crédibilité de l'information sociétale diffusée sera différent et pourra avoir une influence sur la décision d'assurer ou non les informations sociétales.

Nous supposons que le niveau élevé de légitimité médiatique a un effet négatif sur la volonté des entreprises de mettre en place une vérification sociétale. Il en résulte l'hypothèse suivante :

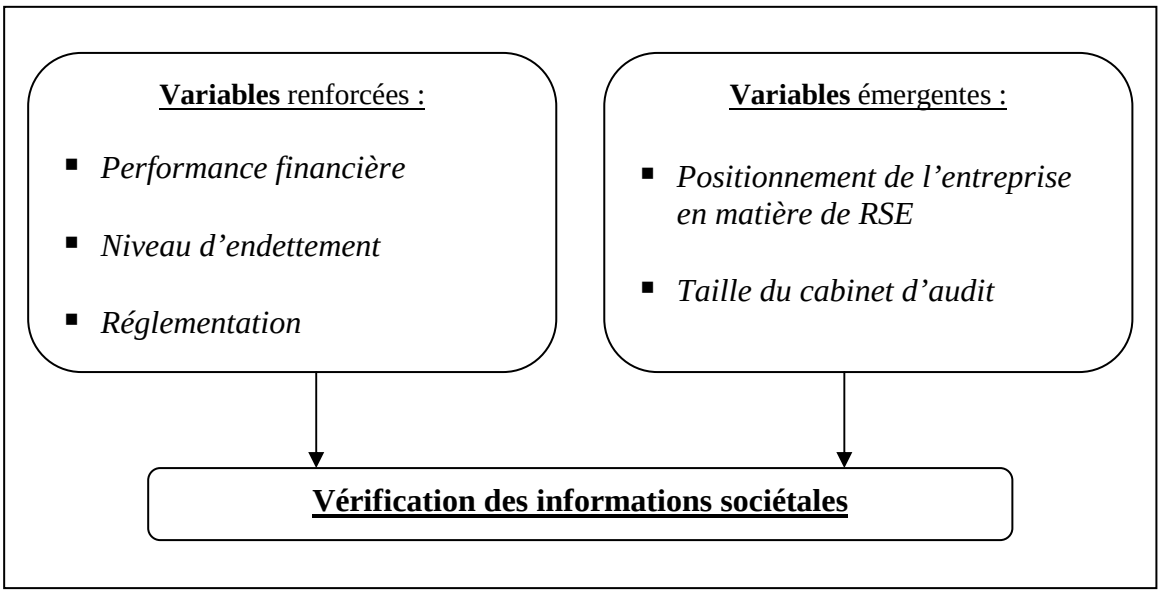
Hypothèse 13 : Il existe une relation négative entre la légitimité médiatique des entreprises et la mise en place d'une vérification sociétale.

SECTION 2 – HYPOTHESES DE RECHERCHE ISSUES DE L'ETUDE QUALITATIVE

De l'étude qualitative exploratoire ressortent des déterminants du choix des entreprises en matière de vérification sociétale. Nous détaillons ici l'ensemble des hypothèses de recherche relatives à ces facteurs. La recherche exploratoire a pour objectif de « *débroussailler les problèmes* » et d'émettre des propositions qui viennent en complément du corps principal d'hypothèses. Ces propositions complètent et renforcent certaines hypothèses provenant de la littérature ou permettent de développer de nouvelles hypothèses qualifiées d'hypothèses « *exploratoires* » (Evrard et al., 2003) ou émergentes.

Ainsi, comme indiqué dans la figure 47 ci-dessous, deux types de variables sont définis : les variables renforcées découlant de la littérature et les variables émergentes.

Figure 47 : Les variables issues de l'étude qualitative



Nous développons tout d'abord les éléments renforçant le choix des hypothèses issues de la littérature (1). Dans un deuxième temps, nous examinons les hypothèses exploratoires (2).

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

1. RENFORCEMENT DU CHOIX DES HYPOTHESES ISSUES DE LA LITTERATURE

Même si l'objectif principal de la phase exploratoire est de faire émerger des hypothèses du terrain, elle permet également d'appuyer certaines hypothèses issues de la littérature. Ainsi, nous décrivons dans cette partie les hypothèses qui sont apparues lors de la réalisation de la phase qualitative et qui corroborent les hypothèses issues de la littérature.

Le coût de la vérification, et l'aptitude des entreprises à faire face à ce type de coûts, est un facteur incitatif dans le choix des entreprises de mettre en place une telle pratique (1.1). De plus, le niveau d'endettement et la pression exercée par les détenteurs des ressources peuvent également inciter les entreprises à mettre en place une vérification sociétale (1.2). Enfin, les entreprises sont indirectement incitées dans leur décision par les pressions légales et réglementaires (1.3).

1.1. LE COUT DE LA MISE EN PLACE D'UNE VERIFICATION SOCIETALE

Les problématiques économiques apparaissent importantes dans la réflexion des entreprises concernant leur décision de mettre en place une vérification sociétale. Les entreprises réalisent un arbitrage entre les coûts et les bénéfices engendrés par la mise en place d'une telle pratique. La vérification sociétale ayant un coût non négligeable (Carey et al., 2000 ; Simnett et al., 2009 ; Kolk et Perego, 2010), cela peut expliquer en partie l'absence de vérification dans certaines entreprises. Seules les grandes entreprises ayant les ressources suffisantes seront capables de supporter un tel coût. Ainsi, les citations des interviewés convergent sur le coût de la mise en place d'une vérification sociétale. Ces coûts ne sont pas négligeables et peuvent expliquer que certaines entreprises ne souhaitent ou ne peuvent pas les supporter. Ainsi, la vérification est mise en place par les entreprises dont la performance financière est plus importante et qui sont les plus à même d'assumer les coûts engagés. Il ressort des entretiens réalisés que les interviewés admettent que les coûts de cette vérification sont quantitativement mesurables. Ces coûts sont relativement importants et croissent avec le niveau de vérification engagé. Néanmoins, les gains apportés sont difficilement quantifiables en termes financiers. Compte tenu de la position de la plupart des interviewés, nous considérons que la performance des entreprises a une influence positive sur la mise en place d'une vérification sociétale et sur le choix du niveau de vérification. Ceci conforte l'hypothèse n°1 issue de la littérature selon laquelle il existe un lien positif entre le niveau de

performance financière des entreprises et la décision de mettre en place une vérification sociétale.

1.2. L'INFLUENCE DES CREANCIERS DES ENTREPRISES

L'obtention de ressources financières pour les entreprises peut se faire soit par une augmentation de leurs capitaux propres, soit en ayant recours à l'endettement. Lorsque l'endettement est important, les créanciers demandent plus d'informations et de fiabilité dans cette information afin d'évaluer et de juger l'entreprise. Ainsi, les dirigeants mettent en place une vérification de leurs informations sociétales en vue de se conformer aux contraintes imposées par leurs créanciers. La mise en place d'une vérification des informations sociétales peut être perçue comme la preuve d'un engagement de l'entreprise envers sa responsabilité sociétale. Cet engagement pourra être perçu favorablement par les créanciers en tant que moyen de contrôle. Au vu des résultats de l'étude qualitative exploratoire, l'interaction entre l'entreprise et les sources de financement apparaît importante. Les entreprises doivent donner des gages aux créanciers sur leurs impacts et risques environnementaux, sociaux et de gouvernance. Ils doivent également pouvoir attester que ces informations diffusées sont fiables. Ainsi, les garanties données aux bailleurs de fonds passent par la mise en place d'une vérification sociétale. Ceci vient renforcer l'hypothèse n°2 sur l'existence d'un lien positif entre le niveau d'endettement des entreprises et la mise en place d'une vérification sociétale.

1.3. LA PRESSION REGLEMENTAIRE

Les entreprises sont soumises aux respects de diverses lois et réglementations. S'agissant des aspects environnementaux et sociaux, il existe de nombreuses réglementations qui concernent le respect de certaines pratiques. Pour la vérification des informations sociétales, il n'existe à ce jour aucune réglementation qui contraint les entreprises à mettre en place ce type de pratiques. Cependant, même si les contraintes réglementaires ne concernent pas directement la mise en place de vérification sociétale, les résultats de l'étude exploratoire soulignent que l'aspect réglementaire peut agir indirectement et être un facteur incitatif dans la décision des entreprises à mettre en place une vérification sociétale. Par exemple, le fait pour une entreprise d'être cotée sur plusieurs marchés dans différents pays et d'être soumise à différentes réglementations, peut agir comme une pression coercitive. Des multinationales,

cotées sur plusieurs marchés et opérant dans des pays où la vérification sociétale est plus répandue qu'en France tels que les Etats-Unis ou le Japon, devront pour paraître légitimes suivre leurs homologues étrangers et s'aligneront sur leur pratique de vérification. Ces contraintes semblent agir indirectement et influencer les entreprises dans la volonté de créer de la confiance et de fiabiliser leur reporting. Ainsi, la mise en place d'une vérification sociétale répond à des pressions coercitives provenant des réglementations sociétales. Ces pressions peuvent être suivies pour les entreprises de sanctions légales, financières ou encore de sanctions en termes d'image. Pour être en conformité avec les réglementations, certaines entreprises décident de mettre en place une vérification sociétale. Il s'agit pour les entreprises d'atteindre une légitimité légale. L'hypothèse n°11 issue de la littérature selon laquelle il existe un lien positif entre des pressions coercitives et la décision de mettre en place une vérification sociétale s'en trouve donc confortée.

2. EMERGENCE DE NOUVELLES HYPOTHESES DE RECHERCHE

La phase exploratoire a permis de faire de nouvelles hypothèses de recherche. Le positionnement de l'entreprise en matière de RSE (2.1) ainsi que l'appartenance du commissaire aux comptes à un cabinet d'audit international (2.2) constituent des facteurs explicatifs du choix des entreprises en matière de vérification sociétale.

2.1. POSITIONNEMENT DE L'ENTREPRISE EN MATIERE DE RSE

Au vu des résultats de l'étude exploratoire, le positionnement de l'entreprise en matière de RSE joue un rôle important dans le processus décisionnel de vérification sociétale dans un objectif d'obtention de légitimité. La mise en place d'une vérification sociétale s'insère dans un processus : les entreprises qui désirent réaliser un reporting sociétal mettent tout d'abord en place des indicateurs de RSE, ensuite, pour celles qui le souhaitent, elles fiabilisent leurs informations par le biais de la vérification et pour finir elles diffusent l'ensemble des informations et le rapport du vérificateur dans un document externe. En général, les entreprises, qui en amont ne mettent pas en place de pratiques de RSE et de reporting sociétal, ne réaliseront pas de vérification. En conséquence, le degré de formalisation de la RSE au sein des entreprises, et plus précisément le positionnement en matière de RSE, est un facteur incitatif de la décision de mettre en place une vérification sociétale et peut être analysé

comme une source de légitimité. Une entreprise déjà positionnée et caractérisée comme proactive en matière de RSE et de reporting sociétal sera plus encline que les autres à mettre en place ce type de pratiques. Au regard des résultats de l'étude exploratoire qualitative, nous pouvons donc considérer que le positionnement de l'entreprise en matière de RSE, et plus précisément de reporting sociétal a un effet sur la décision de l'entreprise à mettre ou pas en place une telle démarche.

Concernant le positionnement des entreprises en matière de RSE, trois variables se dégagent : l'existence d'un rapport dédié aux informations sociétales, la mise en place d'une structure ou département s'occupant exclusivement des questions sociétales et la présence des entreprises dans un indice socialement responsable.

La publication de rapports RSE aussi appelés rapports de développement durable ou rapports sociétaux, constitue un critère d'évaluation sociétal (Garric et al., 2007). Comme le rappellent Capron et Quairel (2009), la publication de rapports dédiés à la RSE a été de nombreuses fois analysée au regard des théories néo-institutionnelles. Il s'agit pour les entreprises de gérer leur image et leur réputation afin de construire une légitimité par la production de récit (d'Almeida, 2006). En publiant ces informations, les entreprises montrent leur engagement sociétal et trouvent une certaine légitimité vis-à-vis de leurs parties prenantes (Garric et al., 2007 ; Capron et Quairel, 2009).

En ce qui concerne la mise en place de service ou département dédié au développement durable au sein des entreprises, l'étude qualitative montre que l'existence de telles structures permet d'encadrer et de formaliser le reporting sociétal et incite l'entreprise à engager des pratiques de RSE. Les démarches de RSE ne peuvent être réelles que si elles sont pilotées par une organisation dédiée. Cependant, certaines entreprises n'ont pas encore organisé cette fonction, et ne sont donc pas incitées à engager un processus structuré de reporting et de vérification qui demande un minimum d'encadrement.

Nous nous intéressons également à la présence des entreprises dans des indices boursiers socialement responsables. Les grandes agences de notation extra-financière ont créé des indices rassemblant les valeurs les mieux notées sur le plan ESG (Environnemental, Social et de Gouvernance). Chaque agence a sa propre méthodologie et ses propres critères pour noter et classer les entreprises, mais tous les indices constituent des benchmarks de performance des

entreprises socialement responsables. Pour toutes ces agences de notation, la présence d'une structure en charge des questions de RSE ou encore la publication d'un rapport de développement durable, sont des aspects que ces agences intègrent lors de l'évaluation des entreprises. L'agence AERES reconnaît qu'il s'agit d'une démarche visant à apprécier le positionnement des entreprises dans des domaines sociaux et environnementaux: « *…S'inspirant de référentiels déjà reconnus, l'analyse consiste à transformer l'information disponible en un système de notation homogène suivant des grilles d'analyse prédéfinies. Le traitement de l'information est quantitatif et objectif. Les sources d'informations sont traitées séparément, puis croisées dans le souci d'obtenir l'image la plus pertinente du positionnement de l'entreprise…* » (Cité par Déjean, 2004, p.203).

De même, les agences de notation interviewées lors de l'étude qualitative, reconnaissent que leurs travaux permettent d'obtenir « *une image pertinente du positionnement des entreprises* » (Entretien P.2). La présence des entreprises dans ces indices constitue un indicateur de visibilité. Comme le font remarquer notre phase qualitative et l'étude de Déjean (2005), les entreprises sont de plus en plus nombreuses à vouloir satisfaire les attentes des agences de notation et leur présence dans les indices boursiers socialement responsables sont autant de reconnaissance d'un comportement socialement responsable, garant d'une image institutionnelle positive. En effet, l'appartenance d'une entreprise à un indice boursier RSE constitue un indicateur de la bonne performance ESG de celle-ci pour ses concurrents.

Ainsi, dans le contexte de la demande et de la mise en place d'une vérification des informations sociétales, les entreprises ayant une orientation et un bon positionnement en matière de pratiques de responsabilité sociétale seront davantage incitées à mettre en place ce type de vérification. Les résultats de l'étude qualitative permettent donc de formuler l'hypothèse suivante :

Hypothèse 14 : Il existe une relation positive entre le positionnement des entreprises en matière de RSE et la mise en place d'une vérification sociétale.

2.2. L'APPARTENANCE DU CAC A UN CABINET D'AUDIT INTERNATIONAL

Contrairement à l'audit financier, il n'existe pas de monopole quant à la réalisation des missions de vérification des informations sociétales. Le marché de la vérification sociétale étant non réglementé, les vérificateurs peuvent ne pas appartenir aux cabinets d'audit internationaux. La profession comptable a donc élargi ses compétences (Elliott et Jacobson, 2002), et les professionnels de l'audit se sont mis à réaliser ce type de missions. De plus, l'apparition de la norme professionnelle ISAE 3000 a incité les professionnels de la comptabilité à réaliser ces missions. Les vérificateurs sociétaux appartenant aux cabinets d'audit possèdent un ensemble de compétences développées à partir de leur formation en tant que contrôleurs légaux des comptes (Gray, 2000). Ils sont liés par les exigences de la Fédération Internationale des Comptables (IFAC) qui a rédigé un code de déontologie établissant les règles d'éthique pour ces professionnels (IFAC, 2005). Une distinction est donc faite entre les fournisseurs d'assurance qui sont membres de la profession d'audit et les autres fournisseurs d'assurance. Même si au niveau international, les professionnels de l'audit sont confrontés à une concurrence croissante d'autres types de vérificateurs (O'Dwyer et Owen, 2005), dans le contexte français, la grande majorité des entreprises font appel aux commissaires aux comptes et à l'expert développement durable de grands cabinets d'audit internationaux pour réaliser cette mission. Ainsi, en France les cabinets d'audit internationaux ont le quasi monopole de ces missions. Les résultats de la phase qualitative exploratoire montrent que les vérificateurs étant issus du même cabinet d'audit que celui réalisant les missions d'audit financier, leur connaissance de l'entreprise en amont n'est pas négligeable et peut véritablement influencer les entreprises dans le choix de mettre en place une vérification sociétale. La connaissance de l'entreprise du fait de la réalisation des missions d'audit financier, mais aussi la compétence des cabinets d'audit internationaux qui ont développé des départements spécialisés dans le développement durable, sont des atouts. L'intervention d'experts appartenant aux cabinets d'audit internationaux permet aux entreprises de profiter de leur expérience, d'avoir un benchmark, de comparer les bonnes pratiques des autres entreprises et ainsi de se positionner par rapport à leurs concurrents.

Les grands cabinets d'audit internationaux possédant des auditeurs spécialisés dans le domaine, et donc les compétences nécessaires dans ce type de missions, inciteront leurs entreprises à faire ce genre de mission. Puisque la vérification sociétale, tout comme l'audit financier, sont des moyens de contrôle, les auditeurs financiers auront tendance à inciter les entreprises qu'ils auditent à réaliser également des contrôles des informations sociétales afin

de maintenir leur réputation. Ainsi, conformément à la théorie néo-institutionnelle, les entreprises adoptent des pratiques de vérification pour répondre aux pressions normatives émanant de la profession comptable et de l'audit car elles ne peuvent s'y soustraire sans remettre en cause leur légitimité (Hoffman, 1999 ; Boiral, 2006).

Certains auteurs ont travaillé sur la variable « auditeur » dans des contextes différents. La qualité de la mission de vérification est ainsi appréhendée par la taille du cabinet (DeAngelo, 1981) et la réputation des auditeurs (Klein et Leffler, 1981). Cependant, comme le précise Rogerson (1983), la taille et la réputation peuvent se rejoindre et sont généralement mesurées dans la littérature par l'appartenance aux grands cabinets d'audit internationaux (réseau international) aussi appelés les BIG (Defond, 1992).
Dans le contexte de vérification volontaire, Hasan et al. (2005) ont démontré que l'appartenance de l'auditeur à un des BIG avait une incidence sur la décision de mettre en place une vérification externe volontaire et plus précisément sur le choix du niveau d'assurance délivré. Du fait de l'existence d'une norme professionnelle (ISAE 3000), de la compétence des grands cabinets d'audit internationaux dans le domaine avec la création de départements développement durable en leur sein et du fait de leur réputation, les entreprises sont encouragées à mettre en place une vérification sociétale.

Ainsi, au vu des résultats de l'étude exploratoire, nous considérons que l'appartenance de l'auditeur financier de l'entreprise à un BIG influence les entreprises dans le choix de mettre en place une vérification sociétale. L'hypothèse 15 est ainsi formulée :

***Hypothèse 15** : La décision de mettre en place une vérification sociétale est reliée positivement à l'appartenance de l'auditeur financier de l'entreprise à un BIG.*

SECTION 3 – OPERATIONNALISATION DES VARIABLES ET PRESENTATION DU MODELE EXPLICATIF

L'objectif général est de proposer un modèle explicatif de la décision de mettre en place une vérification sociétale. Pour ce faire, la littérature a tout d'abord permis de dégager des hypothèses de recherche, dans un deuxième temps la phase exploratoire qualitative a permis de faire émerger des hypothèses non apparues lors des lectures théoriques. Cette section est consacrée à une présentation des variables du modèle. Sont alors décrites la variable à expliquer (1) puis les variables explicatives (2). Ensuite, nous récapitulons le modèle explicatif testé ultérieurement (3).

1. MESURE DE LA VERIFICATION SOCIETALE

La variable que nous cherchons à expliquer, aussi appelée variable dépendante, est la vérification sociétale. A l'instar de Simnett et al. (2009) et de Kolk et Perego (2010) la variable expliquée, c'est-à-dire la mise en place d'une vérification des informations sociétales, est déterminée à partir d'une variable dichotomique, existence ou non d'une vérification sociétale. Cette dernière est donc égale à l'unité si l'entreprise opte pour la vérification de ses informations sociétales et zéro sinon. Elle est notée « *VERIF* ».

Les entreprises françaises peuvent mettre en place une vérification de leurs informations sociétales qui sont diffusées dans le cadre de la loi NRE. Dans ce cas, le rapport du vérificateur figurera à la suite des informations sociétales dans le rapport de gestion. Quant aux entreprises publiant des informations sociétales dans un rapport spécifique, elles pourront faire figurer le rapport du vérificateur dans le rapport de développement durable. La mesure de la variable à expliquer nécessite donc de collecter les rapports de gestion et les rapports de développement durable des entreprises constituant l'échantillon. Ainsi, nous recensons les entreprises faisant vérifier leurs informations sociétales et dont le rapport du vérificateur figure soit dans le rapport de gestion, soit dans le rapport de développement durable.

2. OPERATIONNALISATION DES VARIABLES EXPLICATIVES

Tout d'abord, nous présentons les mesures relatives aux variables contractuelles (2.1), puis nous exposons les mesures des variables institutionnelles (2.2).

2.1. MESURE DES VARIABLES CONTRACTUELLES

Trois types de déterminants contractuels peuvent expliquer la demande de mise en place de vérifications sociétales. Il s'agit des déterminants liés aux aspects économiques de l'entreprise (2.1.1), à la gouvernance (2.1.2) et à leur structure (2.2.3).

2.1.1. Les variables économiques

La performance financière

La performance financière des entreprises a été mesurée de différentes façons dans les études antérieures. La majorité des auteurs ont utilisé des indicateurs comptables. Par exemple, le ROE (*Return On Equity* = Résultat net / Capitaux propres) a été employé par Roberts (1992) et Oxibar (2003), le ratio median ou moyen par Bowman et Haire (1975), Abbot et Monsen (1979) ou encore Freedman et Jaggi (1982).

Plus récemment, Simnett et al. (2009) ainsi que Kolk et Perego (2010) ont mesuré la profitabilité des entreprises par le ROA (*Return On Assets*= Résultat net / Total actif) qui mesure la rentabilité des actifs d'une entreprise. De même, Belkaoui et Karpik (1989), Cormier et Magnan (1999), Déjean et Martinez (2009) et Aerts et Cormier (2009) ont utilisé le ROA pour mesurer la profitabilité des entreprises.

En se référant aux études spécifiques à la vérification sociétale (Simnett et al., 2009 ; Kolk et Perego, 2010) nous utilisons le *Return On Asset* noté ROA pour mesurer la variable performance de l'entreprise.

L'endettement

Chow (1982), Roberts (1992) et Cormier et al. (2004) mesurent le taux d'endettement des entreprises par le rapport entre les dettes à long et moyen termes et les capitaux propres. De même Déjean et Martinez (2009) utilisent ce ratio. Une autre mesure est utilisée par Belkaoui et Karpik (1989), Blackwell et al. (1998), Carey et al. (2000) et Simnett et al. (2009). Ils utilisent le rapport entre les dettes à long terme et le total des actifs.

A l'instar de Blackwell et al. (1998), de Carey et al. (2000), d'Oxibar (2003) et de Simnett et al. (2009), nous utilisons le ratio des dettes financières à long et moyen termes sur les actifs, noté ENDET.

2.1.2. Les variables de gouvernance

Dilution du capital

Les indicateurs mobilisés dans la littérature pour mesurer la structure de l'actionnariat varient d'une étude à l'autre. A titre d'exemple, Labelle et Schatt (2005) et Ben Rhouma (2008) retiennent la proportion des actions détenues par le public ou leur pourcentage des droits de vote pour mesurer la dilution du capital des entreprises. De même, Godard et Schatt (2005b) considèrent que la dilution de l'actionnariat peut être mesurée en retenant la fraction d'actions détenues par le public, à partir des informations fournies dans les rapports annuels des entreprises.

Cormier et Magnan (1999, 2003) et Aerts et al. (2007) mesurent la concentration de la propriété à l'aide d'une variable dichotomique prenant la valeur 1 lorsque l'investisseur ou groupe d'investisseurs a plus de 20% des actions à droit de vote et 0 sinon. Selon la norme IAS 28 (2000, paragraphe 4), le seuil de 20% ou 1/5 des droits de vote correspond à la notion d'influence notable. La Porta et al. (1999) considèrent en effet que ce seuil de 20% est suffisant pour contrôler une entreprise. La notion de contrôle se réfère au pouvoir d'influencer de façon notable (IAS 28), les décisions et les stratégies de l'entreprise. Il s'agit de mesurer la concentration du capital par la présence d'un actionnaire principal.

Pour tester l'hypothèse de l'influence de la dilution de l'actionnariat, nous utilisons une variable dichotomique. La variable prendra la valeur 1 si l'entreprise est à actionnariat diffus (aucun actionnaire ne détient plus de 20% du capital) et 0 si l'entreprise est à actionnariat concentré (un actionnaire détient plus de 20% du capital). Cette variable est notée DIF.

Nature de l'actionnariat

Nous nous intéressons à la présence, dans le capital des entreprises, de certaines catégories d'actionnaires et de leur influence sur la mise en place d'une vérification sociétale. L'information sur la seule présence des catégories d'actionnaires dans le capital des entreprises ne suffit pas. Le poids respectif de ces catégories d'actionnaires est important (Oxibar, 2003). Ainsi, la part de capital détenu par ces actionnaires est mesurée par le pourcentage de capital que chacune des catégories détient.

- INST = pourcentage de capital détenu par les investisseurs institutionnels
- FAM = pourcentage de capital détenu par les actionnaires familiaux
- SAL = pourcentage de capital détenu par les actionnaires salariés

Taille du conseil d'administration

A l'instar de Cormier et al. (2006) et de Ben Rhouma (2008), nous mesurons la taille du conseil d'administration par le nombre de ses membres. Cette variable est notée TAILCA.

Indépendance des administrateurs

Cormier et al. (2006) mesurent l'indépendance du conseil d'administration par une variable égale à 0 quand la majorité des directeurs ne sont pas indépendants, 1 quand la majorité des directeurs sont indépendants et 2 quand la majorité des directeurs sont indépendants et quand la fonction de contrôle et de direction du conseil sont séparées.
Ho et Wong (2001), Ben Rhouma (2008) et Dardour (2009) utilisent le pourcentage de membres indépendants pour mesurer la variable indépendance du conseil. La proportion d'administrateurs indépendants est mesurée par le ratio : nombre d'administrateurs indépendants sur le nombre total d'administrateurs composant le conseil d'administration ou de surveillance.

Nous procédons de la même manière en utilisant le pourcentage d'administrateurs indépendants au sein du conseil d'administration. Les administrateurs seront réputés indépendants lorsqu'ils seront désignés comme tels dans le rapport annuel. La variable est nommée INDEPCA.

Cumul des fonctions de directeur général (DG) et de président du conseil d'administration

Les travaux empiriques recourent généralement à une variable dichotomique égale à 1 si les fonctions de décision et de contrôle sont associées et à 0 sinon. Cette variable dichotomique est ici notée CUMUL.

Présence de femmes au sein du conseil d'administration

Nous mesurons la proportion de femmes siégeant au sein du conseil d'administration par le ratio : nombre de femmes dans le conseil sur le nombre total de membres composant le conseil d'administration ou de surveillance. Cette variable est notée FEM.

2.1.3. Les variables structurelles

La taille de l'entreprise

Dans la littérature, de nombreuses mesures sont utilisées pour évaluer la taille des entreprises : le chiffre d'affaires, le logarithme du chiffre d'affaires, la capitalisation boursière, le total de l'actif, le logarithme de l'actif. Pour exemple, Trotman et Bradley (1981), Belkaoui et Karpik (1989), Deegan et Gordon (1996) ou encore Simnett et al. (2009) mesurent la taille de l'entreprise par son chiffre d'affaires. Le total de l'actif est utilisé par Oxibar (2003) et Ben Rhouma (2008). Hackston et Milne (1996) utilisent simultanément plusieurs mesures comme le chiffre d'affaires, la capitalisation boursière et le total du bilan pour mesurer la taille de l'entreprise. Enfin, Déjean et Martinez (2009) utilisent à la fois le chiffre d'affaires et le total de l'actif.

Pour tester l'hypothèse de la taille, nous utilisons ici le logarithme de l'actif, noté ACTIFS.

Le secteur d'activité

Pour mesurer l'effet du secteur d'activité sur la mise en place d'une vérification sociétale, nous distinguons les secteurs à forte sensibilité sociétale et ceux à faible sensibilité sociétale. A l'instar de Simnett et al. (2009) et Kolk et Perego (2010), nous avons identifié sur la base de la classification Industry Classification Benchmark (ICB) 4 super-secteurs dits sensibles, c'est-à-dire particulièrement exposés aux risques sociaux et environnementaux. Il s'agit de « Pétrole, gaz et matériaux de base », « Industries et biens de consommation », « Services aux collectivités » et « Sociétés financières ». Chaque entreprise a ensuite été classée dans une de ces catégories selon le secteur d'activité auquel elle appartient. La variable est notée SECTEUR. Lorsque l'entreprise fait partie de l'un des secteurs « sensibles » elle est notée 1 et 0 sinon.

2.2. MESURE DES VARIABLES INSTITUTIONNELLES

Plusieurs déterminants institutionnels peuvent expliquer le choix des entreprises à mettre en place une vérification sociétale. Le déterminant réglementaire (2.2.1), puis la pression médiatique des entreprises (2.2.2), le positionnement des entreprises en matière de RSE (2.2.3) et enfin l'appartenance des auditeurs financiers aux grands cabinets d'audit internationaux (2.2.4), sont présentés.

2.2.1. Variable réglementaire

Nous testons l'hypothèse de l'impact des pressions coercitives sur la demande d'une vérification sociétale. Selon Guthrie et Parker (1990) et Gray et al. (1995), la cotation des entreprises peut être une source d'accroissement d'obligations en termes de transparence, de diffusion d'informations sociétales et de fiabilisation de ces informations. Les entreprises multicotées seront soumises à des exigences du régulateur plus importantes que les entreprises uniquement cotées sur le marché domestique. Des obligations imposées par les commissions des opérations de bourse étrangères viennent s'ajouter aux obligations nationales (Cooke, 1989). De même, Raffournier (1995), Francoeur et al. (2008) et Depoers (2000), constatent que la cotation multiple incite à une meilleure communication en raison des plus fortes contraintes réglementaires et institutionnelles qu'elle impose aux entreprises.

Comme la plupart des recherches antérieures, nous considérons que les pressions coercitives auxquelles les entreprises sont soumises peuvent être appréhendées par les caractéristiques de leur cotation. La variable sera notée COT. Elle est mesurée comme suit :

- 0 : quand l'entreprise est cotée uniquement sur le marché domestique
- 1 : quand l'entreprise est cotée simultanément sur plus d'un marché

2.2.2. Pression médiatique

Nous étudions ici la couverture et la légitimité médiatique des entreprises. Les auteurs travaillant sur la pression médiatique utilisent généralement cinq ans comme période d'évaluation (Brown et Deegan, 1998 ; Cormier et al., 2004, Ben Rhouma, 2008). Ceci s'explique par le fait que la réaction des entreprises peut intervenir en réaction à des articles publiés dans le passé récent (Brown et Deegan, 1998). Cependant, la pratique de vérification sociétale étant très récente dans le contexte français, nous nous intéresserons uniquement à l'année précèdent la vérification sociétale. Ainsi, la mise en place par une entreprise d'une vérification sociétale au cours d'une année peut être affectée par la quantité (exposition médiatique) et le type d'articles (légitimité médiatique) qui ont été publiés au cours de l'année précédente.

Ainsi, l'entreprise réagit non seulement à la quantité d'articles parus à son sujet dans la presse mais également au type d'articles (favorables/défavorables) (Deegan et Gordon, 1996). Pour ces deux variables, nous utilisons les articles de presse écrite extraits d'un journal à réputation nationale : *le Monde*. Winter et Eyal (1981) et Mutz et Soss (1997) montrent qu'un seul journal peut être utilisé dans ce type d'analyse. En effet, les auteurs précisent qu'un seul journal prestigieux est approprié dans la mesure où il est une référence pour les autres médias. Dans le contexte français, nous nous appuyons sur les travaux de Decock-Good (2000 et 2001) et de Déjean et Oxibar (2010) pour prendre comme média de référence *le Monde.*

Pour la mesure de la variable « exposition médiatique » (notée MEDIA), conformément aux études antérieures (Cormier et Magnan, 2003 ; Giordaon-Spring, 2008), nous avons recensé le nombre d'articles concernant chaque entreprise pour les années précédant les années d'étude,

parus dans la presse française sur les thèmes concernés. Elle est mesurée comme suit : MEDIA : nombre total d'articles consacrés à l'entreprise

Pour la mesure de la légitimité médiatique (notée JF), les précédentes recherches (Deephouse et Carter, 2005, Aerts et Cormier, 2009 ; Aw et al., 2009) ont utilisé le coefficient de Janis-Fadner (Janis et Fadner, 1965). Il se mesure de la manière suivante :

$$\begin{aligned} \text{J-F coefficient} &= (e^2 - ce) / t^2 \quad \text{si } e > c \\ &= (ec - c^2) / t^2 \quad \text{si } c > e \\ &= 0 \quad \text{si } e = c \end{aligned}$$

Avec *e* le nombre d'articles favorables dans l'exercice précédent, *c* est le nombre d'articles défavorables dans l'exercice précédent, et *t* est la somme de *e* et *c*. Ce coefficient peut prendre des valeurs entre -1 (défavorable) et +1 (favorable), avec 0 indiquant l'aspect neutre (équilibre). Il s'agit d'un coefficient de déséquilibre mesurant le contenu des articles de presse.

Ainsi, les articles issus des médias ont été classés en favorable, défavorable ou neutre. D'après Brown et Deegan (1998), le contenu d'un article de presse est considéré comme défavorable (négatif) s'il contient des informations sur l'activité de l'entreprise qui indiquent que les opérations ou les stratégies de l'entreprise se font au détriment de l'environnement naturel, social et économique. Le contenu d'un article de presse est considéré comme favorable (positif) s'il contient des informations sur l'activité de l'entreprise qui indiquent que les opérations et les stratégies de l'entreprise sont bénéfiques pour l'environnement naturel, social et économique. Le contenu d'un article de presse est considéré comme autre s'il contient des informations qui n'indiquent pas si les opérations de l'entreprise sont néfastes ou bénéfiques pour l'environnement et la société.
La base de données FACTIVIA qui permet d'accéder au texte intégral de la presse française, des dépêches d'actualités et de la presse régionale a été utilisée. La recherche a nécessité d'entrer dans la base de données des mots clés permettant de sélectionner les articles pertinents pour la recherche (Nom de l'entreprise + mots clés[21]).

[21] La liste complète des mots clés établie à partir de la GRI3 et de la loi NRE est disponible en annexe.

Concernant l'analyse de contenu des articles de presse et leur codage, un test inter-codeur a été effectué. En effet, avant de commencer le codage intégral des articles de presse, il est nécessaire de réaliser un test inter-codeur qui permet de s'assurer de la fidélité dans la codification (de Bonville, 2000). Il s'agit de vérifier que deux chercheurs utilisent les mêmes codes pour coder les articles. Pour notre étude, deux étudiants chercheurs ont réalisé le test du double codage. Ainsi, le même échantillon d'articles de presse (12,6% du corpus soit 292 articles) est codé indépendamment par les deux codeurs. Le test de concordance de ces deux analyses a été réalisé à l'aide du coefficient d'accord Kappa de Cohen (Cohen, 1968 ; Perrault et Leigh, 1989 ; Evrard et al., 2003). Ce test compare le pourcentage d'accords entre codeurs et celui qui serait obtenu par le fait du hasard.
Le coefficient de fidélité de Kappa (K) est un pourcentage de l'accord maximum corrigé de ce qu'il serait sous le simple effet du hasard. Il se calcule de la manière suivante :

K= (Fo – Fc) / (N – Fc) avec :
N : nombre total de jugements faits par chaque analyste
Fo : nombre total de jugements sur lesquels les analystes sont en accord
Fc : nombre de jugements en accord dû au hasard

Le tableau 16 présente les résultats du degré d'accord entre le codeur 1 et le codeur 2 pour les 292 articles codés comme favorable (positif), défavorable (négatif) ou neutre. Le coefficient de Kappa obtenu entre les deux codeurs est de 0,891 (sig.= 0,000).

Tableau 16 : tableau de contingence pour le calcul du Kappa et résultat du test

		Codeur 1			**Total**
	Type d'informations	Neutre	Négatif	Positif	
Codeur 2	Neutre	53	15	5	73
	Négatif	16	150	7	173
	Positif	9	4	33	46
Total		78	169	45	292

	Valeur de K	**Signif.**
Mesure de l'accord : **Kappa**	0,891	,000

Suivant le classement de Landis et Koch (1977), le coefficient de concordance est considéré comme bon lorsqu'il est supérieur à 0,81. Le coefficient Kappa calculé ici, nous incite à considérer la fidélité inter-codeur comme satisfaisant.

2.2.3. Positionnement de l'entreprise

Nous étudions l'effet du positionnement des entreprises en matière de RSE sur la mise en place de pratiques de vérification sociétale. Pour tester cette hypothèse, trois mesures sont utilisées : l'existence d'un rapport dédié aux informations sociétales, l'existence d'une structure ou département en charge des questions sociétales et la présence des entreprises dans un indice socialement responsable.

Le rapport RSE et la structure développement durable

Nous mesurons le positionnement de l'entreprise en matière de RSE par l'existence d'un reporting sociétal formalisé dans des rapports spécifiques aux informations ESG. Il s'agit de la principale source d'évaluation des critères de reporting sociétal (Garric et al., 2007). Néanmoins, même s'il s'agit d'une pratique de plus en plus répandue, toutes les entreprises ne consacrent pas de rapport spécifique à ce type d'informations. Certaines entreprises diffusent leurs informations ESG dans le rapport de gestion comme le prévoit la loi NRE. Dans la

même veine, Aw et al. (2009), ont souligné l'impact positif du nombre de rapports autonomes intégrant des données environnementales d'une entreprise, produit au fil du temps, sur la qualité des informations environnementales ; la vérification des données environnementales contribuant en outre à la qualité de ces informations (Aw et al., 2009). Selon Giordano-Spring (2008), les entreprises mettent en place des rapports dédiés au développement durable car ils sont des signaux de légitimité. L'auteur montre l'impact de la présence de rapports de développement durable sur la qualité des informations sociétales diffusées.
Nous nous intéressons à la publication d'un rapport autonome intégrant les données sociétales (rapport RSE/DD) au cours de l'année de la vérification. Les informations sont collectées sur le site Internet des entreprises.

L'organisation de l'activité développement durable au sein des entreprises est généralement orchestrée par l'existence d'un département qui lui est dédié. La publication des rapports de développement durable ou de tout autre document relatif aux activités de RSE étant de plus en plus fréquente, les entreprises développent des structures spécialisées, qualifiées de départements « Développement Durable ou RSE», en charge de l'élaboration de ces documents et de la politique de développement durable (Damak-Ayadi, 2004). Cependant, l'étude de KPMG (2009) montre que toutes les entreprises ne possèdent pas de département développement durable. En effet, en 2008 seulement 47% des entreprises du SBF 120 ont une telle structure contre 90% pour celles du CAC 40.
Dans la littérature académique, la présence de ces structures a été analysée comme un déterminant du niveau de responsabilité sociétale (Decock-Good, 2001). Adams (2002) constate l'influence de l'existence d'un département chargé des questions environnementales sur la diffusion d'informations sociétales. Plus généralement, Gibbins et al. (1990) ont souligné que la diffusion d'informations sur un thème particulier est plus importante lorsqu'il existe une structure spécialisée dans ce thème.
Ainsi, le positionnement de l'entreprise en matière de RSE peut également être appréhendé par l'existence d'une structure chargée des questions sociales et environnementales au sein des entreprises.

La variable retenue est notée POSITION. Elle est égale à 0 lorsqu'il n'existe pas de rapport spécifique ni de structure en charge de la RSE, elle est égale à 1 lorsqu'il existe un rapport RSE ou une structure RSE et elle est égale à 2 lorsqu'il existe à la fois un rapport RSE et une structure RSE.

L'indice boursier RSE ou DD

Nous nous intéressons à la présence des entreprises dans des indices boursiers socialement responsables. Les notes des agences de notation n'étant pas publiques, la présence des entreprises dans des indices boursiers socialement responsables reste la seule source publique d'informations sur l'appréciation faite par les agences de notation sur l'évaluation des entreprises. Il existe cinq grands indices boursiers socialement responsables qui sont recensés par l'ORSE[22]. L'indice ASPI Eurozone (Advanced Sustainable Performance Index) est établi à partir des notations de l'agence extra-financière Vigéo, l'indice FTSE4Good à partir de celles de l'agence anglaise Eiris, le DSI (Domini Social Index) à partir de celles de KLD et le DJSI (Dow Jones Sustainability Indices) à partir de celles de l'agence suisse SAM et enfin le ESI (Ethibel Sustainability Index) fondé sur les notes de l'agence belge Ethibel.

La variable est dichotomique et notée INBOURDD. Elle est mesurée par le nombre de présences dans l'un de ces quatre indices. Chaque agence de notation diffuse la composition de son indice. Les données sont donc collectées sur le site des agences de notation extra-financière.

2.2.4. Cabinet d'audit

Pour mesurer la taille et la réputation des auditeurs, les études ont généralement utilisé une variable dichotomique égale à 1 si le commissaire aux comptes appartient à un grand cabinet d'audit international et 0 sinon. Lorsque l'on parle de grands cabinets d'audit internationaux nous faisons référence aux BIG Four[23] : PricewaterhouseCoopers, Deloitte, Ernst & Young et KPMG.

Dans la présente recherche, la variable notée AUD prend la valeur 1 ou 2 selon que l'un des auditeurs financiers appartient à un grand cabinet d'audit (*BIG four*) ou que les deux appartiennent à un des Big et 0 sinon. La collecte des données concernant l'appartenance de l'audit financier à un des BIG est effectuée à l'aide des informations contenues dans les rapports annuels des entreprises.

[22] Etude de l'ORSE (2007), « Guides des organismes d'analyse sociale et environnementale ».
[23] Classement effectué selon le chiffre d'affaires par le magazine *La profession comptable*, de mars 2007 n°290, p.38.

3. MODELE EXPLICATIF

Le modèle explicatif de la mise en place de la vérification sociétale intègre les variables explicatives précédemment développées : les variables contractuelles et les variables institutionnelles.

Ainsi le modèle explicatif final proposé est le suivant :

$$VERIF_i = \alpha + \beta_1 ROA_i + \beta_2 ENDET_i + \beta_3 DIF_i + \beta_4 INST_i + \beta_5 FAM_i + \beta_6 SAL_i + \beta_7 TAILCA_i + \beta_8 INDEPCA_i + \beta_9 CUMUL_i + \beta_{10} FEM_i + \beta_{11} SECTEUR_i + \beta_{12} ACTIFS_i + \beta_{13} COT_i + \beta_{14} MEDIA_i + \beta_{15} JF_i + \beta_{16} POSITION_i + \beta_{17} INDBOURDD_i + \beta_{18} AUD_i + €_i$$

i = entreprise ; α et β = constantes ;
$VERIF_i$ = 1 si l'entreprise vérifie les IS divulguées, 0 sinon ;
ROA_i = résultat net / total actifs en % ;
$ENDET_i$ = dettes financières / total actif en % ;
DIF_i = diffusion du capital ;
$INST_i$ = pourcentage de capital détenu par les investisseurs institutionnels ;
FAM_i = pourcentage de capital détenu par les actionnaires familiaux ;
SAL_i = pourcentage de capital détenu par les actionnaires salariés ;
$TAILCA_i$ = taille du CA ;
$INDEPCA_i$ = indépendance du CA ;
$CUMUL_i$ = cumul des fonctions de direction et de contrôle ;
FEM_i = pourcentage de femmes administrateurs ;
$SECTEUR_i$ = 1 si appartenance à un secteur sensible, 0 sinon ;
$ACTIFS_i$ = logarithme de l'actif €
COT_i = 1 si cotation multiple, 0 sinon ;
$MEDIA_i$ = nombre total d'articles de presse
JF_i = coefficient de J-F
$POSITION_i$ = 1 si existence d'un rapport dédié à la RSE ou d'une structure RSE, 2 si existence à la fois d'un rapport RSE et d'une structure RSE, 0 sinon ;
$INDBOURDD_i$ = nombre de présence dans les indices boursiers ;
AUD_i = 2 si appartenance des deux auditeurs à un *Big Four*, 1 si appartenance d'un des auditeurs financiers à un *Big Four*, 0 sinon ;
$€_i$ = terme d'erreur résiduel.

S'agissant de la collecte des données la majorité des variables a été collectée manuellement à partir des documents de référence ou des rapports de développement durable publiés sur le site Internet de chacune des entreprises de l'échantillon. Certaines variables de gouvernance n'étant pas disponibles, nous avons complété la collecte à partir de la base de données Dafsaliens et Thomson One Banker Ownership. Les variables financières ont été extraites à partir de la base de données Thomson One Banker. Pour la variable exposition médiatique, la base de données Factivia a permis de collecter les données concernant les articles de presse.

Le tableau 17 ci-dessous présente les différentes sources utilisées pour collecter chaque type de données.

Tableau 17 : Sources utilisées pour la collecte des données

Sources	Type de données
Publications des entreprises :	
▪ Rapports annuels et documents de référence	- Structure de l'actionnariat - Administrateurs - Cabinet d'audit
▪ Rapports de développement durable	- Structure RSE - Indice boursier RSE
Base de données :	
▪ Dafsaliens	- Structure de l'actionnariat
▪ Thomson One Banker	- Performance de l'entreprise - Endettement - Taille - Cotation
▪ Thomson One Banker Ownership	- Structure de l'actionnariat
▪ Factiva	- Exposition médiatique
Site internet :	
▪ Site internet des entreprises	- Rapports DD - Structure RSE - Indice boursier RSE
▪ Euronext	- Secteur d'activité

Dans le cadre du présent travail, la méthodologie mise en œuvre consiste à estimer une régression multivariée de type logistique (modèle LOGIT) dans laquelle la variable à

expliquer est la mise en place de la vérification sociétale. Le choix du modèle logistique résulte du fait que la variable à expliquer est dichotomique : égale à l'unité si l'entreprise opte pour la vérification de ses informations sociétales et zéro sinon. La variable à expliquer et les variables explicatives de la vérification sociétale sont récapitulées dans le tableau 18 ci-dessous. Outre le nom des indicateurs, les modalités de mesures des variables sont décrites dans ce tableau.

Tableau 18 : Récapitulatif des hypothèses et déterminants de la vérification sociétale

Hypothèses	Variables	Noms	Mesures
Variable à expliquer			
	Vérification sociétale	***VERIF***	1 : recours à une vérification sociétale 0 : sinon
Variables explicatives			
VARIABLES CONTRACTUELLES			
Variables coûts/bénéfices			
H1	Performance financière : rendement des actifs	***ROA***	Résultat net / total actifs en %
H2	Taux d'endettement	***ENDET***	Dettes financières / total actif en %
Variables de gouvernance			
H3	Diffusion du capital	***DIF***	1 : si aucun actionnaire ne détient plus de 20% du capital 0 : sinon
H4a	Actionnariat institutionnel	***INST***	% du capital détenu par les actionnaires institutionnels
H4b	Actionnariat familial	***FAM***	% du capital détenu par la famille
H4c	Actionnariat salarié	***SAL***	% du capital détenu par les salariés
H5	Taille du CA	***TAILCA***	Nombre total d'administrateurs qui siègent dans le conseil
H6	Indépendance des membres du CA	***INDEPCA***	% des membres indépendants au sein du CA
H7	Cumul des fonctions de DG et président du CA	***CUMUL***	1 : direction générale et présidence du conseil assurée par une même personne 0 : si non
H8	Présence de femmes au sein du CA	***FEM***	% de femmes présentes au CA
Variables structurelles			
H9	Secteur d'activité	***SECTEUR***	1 si appartenance à un secteur sensible, 0 sinon
H10	Taille de l'entreprise	***ACTIFS***	Logarithme de l'actif
VARIABLES NEO-INSTITUTIONNELLES			
Variable réglementaire			
H11	Cotation simple /cotation multiple	***COT***	1 : multicotation 0 : cotation domestique
Variables pression médiatique			
H12	Exposition aux médias	***MEDIA***	Nombre total d'articles de presse
H13	Légitimité médiatique	***JF***	Coefficient J-F
Autres variables institutionnelles			
H14	Positionnement de l'entreprise en matière de RSE	***POSITION***	2 : existence à la fois d'un rapport RSE et d'une structure RSE 1 : existence d'un rapport RSE ou d'une structure RSE 0 : sinon
		INDBOURDD	Nombre de présence dans les indices boursiers
H15	Cabinet d'audit	***AUD***	2 : appartenance des deux auditeurs financiers à un *Big* 1 : appartenance de l'un des auditeurs financiers à un *Big* 0 : sinon

CONCLUSION DU CHAPITRE 5

Ce chapitre à permis d'exposer les hypothèses formulées sur les facteurs pouvant influencer la décision de faire vérifier les informations sociétales. Nous avons également présenté dans ce chapitre l'opérationnalisation de chaque variable du modèle.

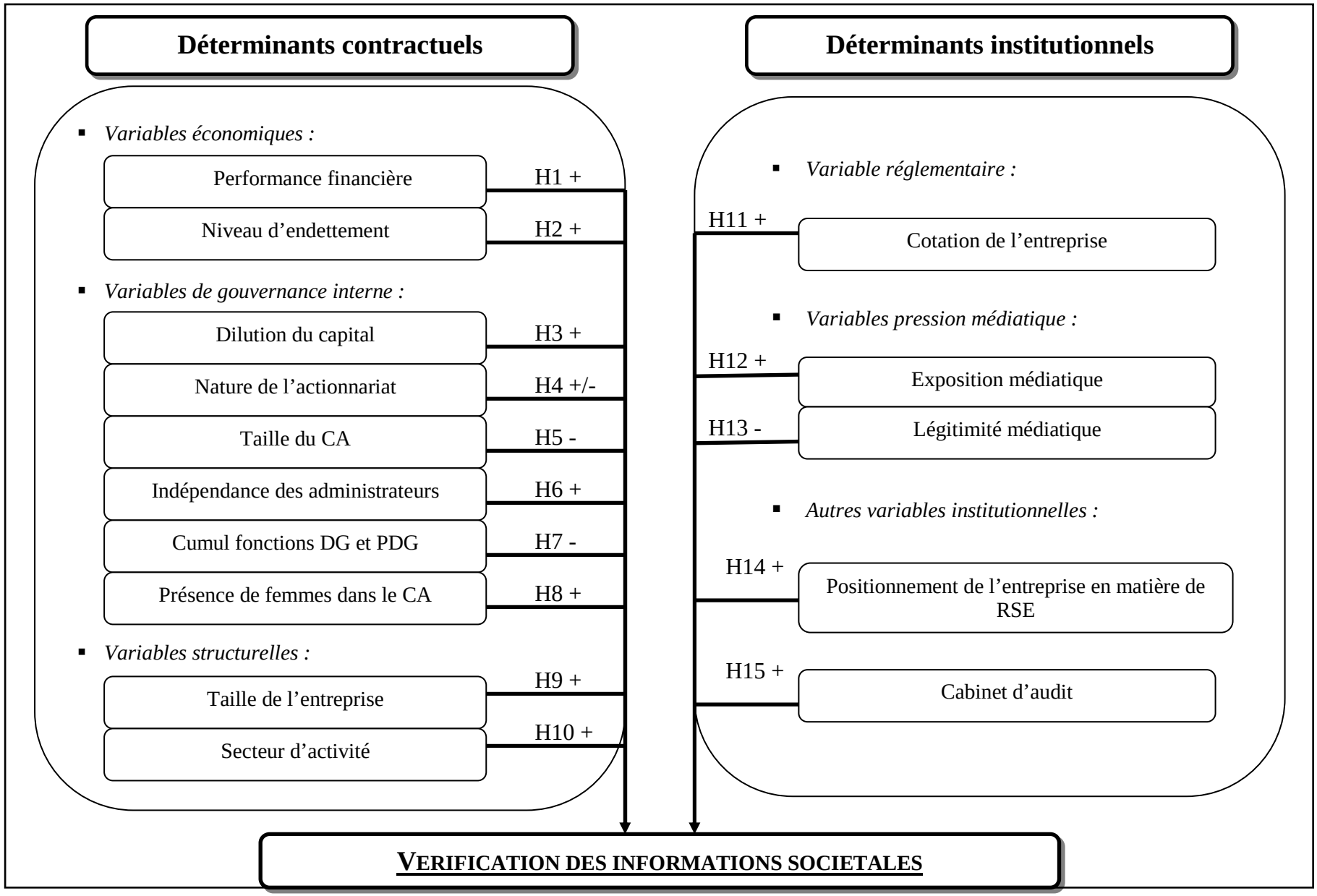
Les hypothèses émergent de deux sources, d'une part, de la littérature, et d'autre part, de l'étude qualitative exploratoire. Ainsi, la première étape de la démarche de recherche a consisté à identifier des hypothèses issues des lectures théoriques. La deuxième étape a consisté à faire émerger des hypothèses à partir d'entretiens semi-directifs exploratoires. L'insuffisance de connaissances théoriques sur l'objet de recherche a justifié le choix de la méthodologie exploratoire.

L'ensemble des hypothèses a été classé en deux types de facteurs. Le premier type de facteurs se raccroche aux théories contractuelles. Il concerne les variables liées aux coûts et bénéfices, les variables de gouvernance et les variables structurelles. Le deuxième type de facteurs est relatif aux théories néo-institutionnelles et concerne les variables liées à la réglementation, à l'exposition aux médias, au positionnement des entreprises en matière de RSE et au type d'auditeurs.

Ce chapitre a également permis de procéder à l'opérationnalisation des variables, qui consiste à passer du stade conceptuel de la recherche à celui de manifestations observables, de manière à pouvoir mesurer ces variables. La variable à expliquer qui est le recours à une vérification sociétale est une variable dichotomique. Les données collectées pour réaliser l'étude ont été recueillies dans les documents fournis par les entreprises. D'autres données externes issues des bases de données ont été utilisées (Thomson One Banker, Dafsalien, Factivia).

Pour conclure ce chapitre nous avons schématisé le modèle explicatif qui sera testé dans le chapitre suivant. La figure 48 fournit une représentation graphique de ce modèle d'analyse.

Figure 48 : Modélisation des déterminants de la mise en place d'une vérification sociétale



CHAPITRE 6 - RESULTATS DES ANALYSES QUANTITATIVES

CHAPITRE – 6

Résultats des analyses quantitatives

Introduction

SECTION 1 - DEMARCHE METHODOLOGIQUE

1. Choix de la méthodologie

2. Description de la méthodologie

SECTION 2 - ANALYSE DESCRIPTIVE DES DONNEES

1. Description de l'échantillon

2. L'analyse des corrélations entre les variables indépendantes

3. Le test d'égalité des paramètres des échantillons

SECTION 3 - TEST DU MODELE ET DES HYPOTHESES

1. Les régressions logistiques binaires simples

2. Les régressions logistiques binaires multiples

3. Synthèse et discussions des résultats

Conclusion

INTRODUCTION DU CHAPITRE 6

Au sein de ce chapitre, nous présentons et nous commentons les résultats de l'étude quantitative.

Rappelons que l'objectif de la présente recherche est de déterminer les facteurs explicatifs du recours à une vérification des informations sociétales. Les données recueillies concernent une période de deux ans : 2007 et 2008. Ainsi, les analyses sont réalisées en deux temps :
- premièrement, en estimant un modèle pour chaque année d'observation, ce qui nous conduit à estimer deux modèles : un modèle pour 2007 et un modèle pour 2008,
- deuxièmement, en estimant un modèle longitudinal, c'est-à-dire en incorporant l'ensemble des observations 2007 et 2008 (données « poolées »).

Les statistiques descriptives font l'objet de l'étude préalable, puis dans la mesure où nous disposons d'une variable à expliquer binaire, des régressions logistiques sont réalisées. Les régressions logistiques simples sont tout d'abord effectuées. Cependant, ce type d'analyse ne permet pas de conclure si l'association est directe ou indirecte par le biais d'une autre variable et ne permet pas de détecter l'effet d'interaction. Ces lacunes sont résolues à travers l'analyse multivariée. Le logiciel utilisé est SPSS.

Ce chapitre est subdivisé en trois sections. Dans la première section, nous présentons de façon générale la recherche quantitative (section 1). Ensuite, la section 2 permet de donner un aperçu de la variable à expliquer, ainsi que des caractéristiques des entreprises de l'échantillon (section 2). Enfin, dans la section 3, nous testons les hypothèses de recherche à l'aide de régressions logistiques (section 3).

SECTION 1 –DEMARCHE METHODOLOGIQUE

Cette section permet de présenter et d'introduire l'étude quantitative menée. Tout d'abord, nous exposons le choix de la méthodologie utilisée (1). Ensuite est faite une description de la méthodologie qui permet de poser les jalons avant la présentation des résultats (2).

1. CHOIX DE LA METHODOLOGIE

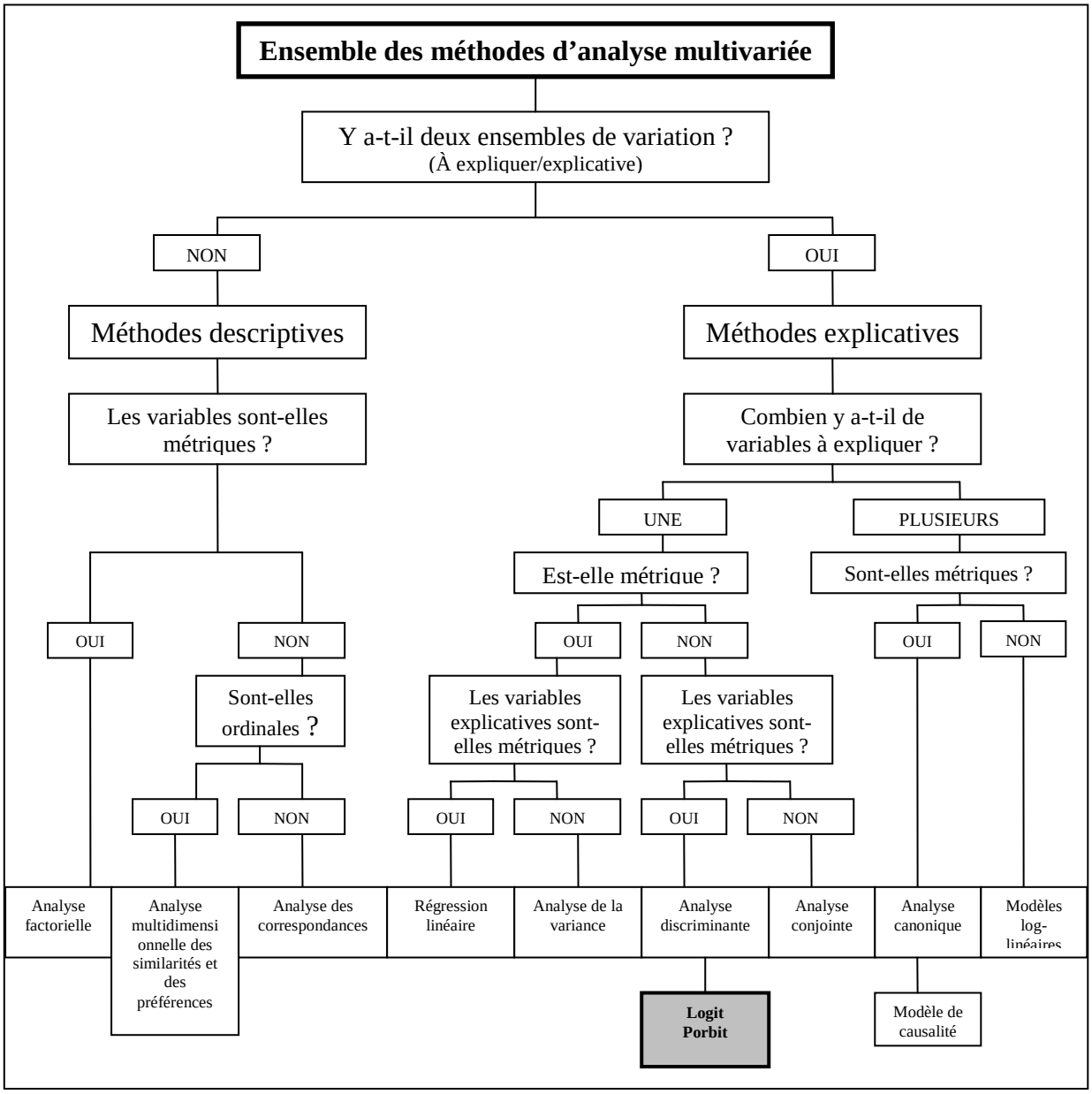
Il convient de spécifier le type de modèle à utiliser pour l'étude quantitative. L'objectif est de prédire les valeurs prises par une variable catégorielle à partir de plusieurs variables explicatives. Dans ce qui suit, nous justifions, tout d'abord, notre choix de modélisation (1.1), puis nous présentons le modèle général d'analyse logistique (1.2).

1.1. LA DETERMINATION DU MODELE D'ANALYSE

Notre modèle de recherche comprend deux natures de variables : les variables indépendantes (variables explicatives) et les variables dépendantes (variables à expliquer). Il existe une relation causale entre ces variables, la variable indépendante représente la cause dont l'effet se mesure sur la variable dépendante. Ainsi, l'objectif de la recherche est de prédire une variable dépendante à partir de scores sur d'autres variables appelées prédicteurs, régresseurs ou encore variables indépendantes.

Les méthodes statistiques à mettre en œuvre pour tester les relations entre variables sont liées aux types de données à traiter (Evrard et al., 2003). Dans la présente recherche, la variable dépendante ou à expliquer, qui correspond à l'existence ou non d'une vérification sociétale, est une variable binaire, elle prend la valeur *1* si l'entreprise met en place une vérification. Le modèle est donc dichotomique, c'est-à-dire un modèle statistique dans lequel la variable expliquée ne prendre que deux modalités. En revanche, les variables explicatives énoncées précédemment sont de différentes natures. Elles sont soit métriques (variables quantitatives), soit dichotomiques (variables qualitatives).
La figure suivante décrit le choix des méthodes d'analyse en fonction du type de données à traiter.

Figure 49 : Classification des méthodes multivariées



Source : Evrard et al. (2003, p.392).

Pour déterminer la procédure de prédiction appropriée, il faut se poser la question de savoir si la variable dépendante est qualitative ou quantitative (Kinnear et Gray, 2005, p.27). Compte tenu de l'objectif explicatif du modèle et de la nature de nos variables (dépendantes : dichotomiques et indépendantes : quantitatives et dichotomiques), nous utiliserons les méthodes d'analyse *logit/probit*. En effet, comme le décrit la figure ci-dessus, lorsque la variable à expliquer est qualitative, il convient d'utiliser la régression logistique. Concernant les variables explicatives, elles sont qualitatives et quantitatives. Il s'agit d'un modèle *logit* si la distribution est logistique et d'un modèle *probit* si la distribution est normale.

1.2. LA REGRESSION LOGISTIQUE

L'objectif de toute régression est d'établir des relations entre une variable dépendante et des variables explicatives afin d'étudier les associations et de faire des prévisions. Cependant, les régressions classiques ne sont pas adaptées aux variables à expliquer dichotomiques. Selon Agresti (1990, 84) *« …le modèle de probabilité linéaire a un défaut structurel majeur. Les probabilités doivent tomber entre 0 et 1, alors que les fonctions linéaires prennent des valeurs sur toute la ligne réelle »*[24]. Selon Thomas (2000), afin de pallier les inconvénients de la méthode des moindres carrés appliquée à ce type de variable dépendante qualitative (hétéroscédasticité, nature continue du résidu inadapté, valeurs prédites en dehors de l'intervalle [0,1]), les modèles *logit* et *probit* sont adaptés. Il s'agit alors d'expliquer la survenue ou non d'un évènement ou choix. Dans la présente recherche, l'entreprise met ou ne met pas en place une vérification sociétale. On considère la réalisation de la variable dépendante binaire comme provenant d'une règle de décision. En suivant le raisonnement adapté par Thomas (2000), cette règle est un mécanisme associant les variables explicatives x_i à l'observation de l'événement ($y_i=0$) ou ($y_i=1$).

Ainsi, on considère un échantillon de N individus d'indices i= 1,…, N. Pour chaque individu, on observe si un certain évènement ou choix s'est réalisé et l'on pose :

$$y_i = \begin{cases} 1 \text{ si l'évènement s'est réalisé (mise en place d'une vérification sociétale)} \\ 0 \text{ si l'évènement ne s'est pas réalisé (pas de mise en place d'une vérification sociétale)} \end{cases}$$

On suppose que la réalisation de $(y_i=1)$ est plutôt associée à des valeurs élevées de x_i et celle de $(y_i=0)$ à des valeurs faibles de x_i. Il doit alors exister une certaine valeur seuil notée c dépendant de la combinaison linéaire $x_i\beta$, où β est un vecteur de paramètre au-delà de laquelle la proportion des $(y_i=1)$ l'emporte sur celle des $(y_i=0)$. Cette règle de décision n'est pas déterministe, c'est-à-dire que pour certaines observations y_i peut être nul alors que les valeurs de x_i sont élevées. Pour tenir compte de ce caractère non déterministe, le terme aléatoire u_i est intégré dans la combinaison. La règle de décision est alors : la proportion des $(y_i=1)$ est élevée pour $x_i\beta + u_i > c$, et faible pour $x_i\beta + u_i \leq c$. La règle aléatoire ou probabiliste est donc $Prob\ (y_i=1) = Prob\ (x_i\beta+u_i > c)$.

[24] Traduction de: « *…the linear probability model has a major structural defect. Probabilities must fall between 0 and 1, whereas linear functions take values over the entire real line* ».

Ainsi en considérant une variable y_i* (tolérance du système) le modèle s'écrit :

$$y_i = \begin{cases} 1 \quad \text{si } y_i^* > c \\ 0 \quad \text{si } y_i^* \leq c \end{cases}$$

Où la variable $y_i^* = x_i\beta + u_i$ est aléatoire du fait de la présence du terme u_i et est appelée variable latente (inobservable).
La règle de décision probabiliste devient donc :

$$\begin{cases} Prob\ (y_i=1) = Prob\ (x_i\beta+u_i > c) = 1 - Prob(u_i < c - x_i\beta) \\ Prob\ (y_i=0) = Prob\ (x_i\beta+u_i \leq c) = Prob(u_i \leq c - x_i\beta) \end{cases}$$

Dans ces modèles, on cherche à spécifier la probabilité d'apparition de l'évènement, c'est-à-dire dans notre cas, l'existence d'une vérification sociétale. Afin de calculer la probabilité d'apparition de notre événement (mise en place d'une vérification sociétale) et d'estimer les paramètres du modèle, les modèles *probit* (distribution normale) et les modèles *logit* (distribution logistique) sont donc les modèles les plus adéquats. En effet, les modèles dichotomiques *probit* et *logit* admettent, pour une variable expliquée, la probabilité d'apparition d'un événement, conditionnellement aux variables explicatives.

Ainsi, comme la valeur seuil peut être normalisée à 0, le modèle s'écrit de façon générale :
Avec F(.) la fonction de répartition issue de la distribution statistique du terme d'erreur u_i et f(.) la fonction de densité associée.

$$\begin{cases} Prob\ (y_i=1) = Prob\ (u_i > - x_i\beta) = 1 - F\ (- x_i\beta) \\ Prob\ (y_i=0) = Prob\ (u_i \leq - x_i\beta) = F\ (- x_i\beta) \end{cases}$$

On fait l'hypothèse de symétrie de la densité de u_i autour de 0 :

$$f(x_i\beta) = f(-x_i\beta) \quad \text{et} \quad F(x_i\beta) = 1 - F\ (- x_i\beta)$$

Les valeurs observées de y_i sont donc considérées comme les réalisations d'un processus binomial avec probabilité $F(x_i\beta)$ pour y_i=1 et $1 - F\ (x_i\beta)$ pour y_i=0.

Ainsi, pour résumer on aura donc :

$$\begin{cases} Prob\ (y_i=1) = 1 - F\ (-\ x_i\beta) = F(x_i\beta) \\ Prob\ (y_i=0) = F\ (-\ x_i\beta) = 1 - F\ (x_i\beta) \end{cases}$$

Les deux modèles *probit* et *logit* sont très similaires en termes d'ajustement statistique. Ces deux méthodes de probabilité non linéaire se basent sur la fonction de distribution de seuils critiques de réaction (en fonction de prédicateurs) dans la population. La différence entre les deux méthodes réside dans la distribution des seuils (Evrard et al., 2003). Le modèle *probit* suit une distribution normale et le modèle *logit* suit une distribution logistique. Selon Evrard et al. (2003), le modèle *logit* a globalement moins de contraintes que le modèle *probit* (les soubassements théoriques sont complexes et l'hypothèse de normalité est très forte) et donne des résultats aussi satisfaisants. Ainsi, le modèle *probit* repose sur l'hypothèse d'une distribution normale des variables beaucoup plus forte que pour la régression logistique. Nous avons donc choisi de traiter nos données selon le modèle *logit*.

Ainsi, le modèle *logit* correspond à la loi logistique dont la fonction de répartition et la densité sont respectivement :

$$F(x_i\beta) = \Lambda(x_i\beta) = \frac{e^{x_i\beta}}{1 + e^{x_i\beta}} \quad \text{Et} \quad f(x_i\beta) = \lambda\,(x_i\beta) = \frac{e^{x_i\beta}}{(1 + e^{x_i\beta})^2}$$

Aussi, si l'on note p_i la probabilité que $y_i=1$, on a :

$$\log\left(\frac{p_i}{1-p_i}\right) = x_i\beta$$

Pour estimer les coefficients de la régression logistique, le maximum de vraisemblance est la méthode utilisée. Le quotient (p_i / 1- p_i) est appelé odds. Les fonctions de vraisemblance et du log-vraisemblance du modèle logit sont respectivement :

- Vraisemblance :

$$L\ (y,\beta) = \prod_{i=1}^{n} [F(x_i\beta)]^{y_i} [F(x_i\beta)]^{1-y_i}$$

$$L\ (y,\beta) = \prod_{i=1}^{n} \left[\left(\frac{e^{x_i\beta}}{1 + e^{x_i\beta}} \right)^{y_i} \right] \left[\left(1 - \frac{e^{x_i\beta}}{1 + e^{x_i\beta}} \right)^{1-y_i} \right]$$

- Log-vraisemblance :

$$\mathrm{Log}L\ (y,\beta) = \sum_{i=1}^{n} y_i \log[F(x_i\beta)] + (1 - y_i) \log[1 - F(x_i\beta)]$$

$$\mathrm{Log}L\ (y,\beta) = \sum_{i=1}^{n} \left[y_i \log\left(\frac{e^{x_i\beta}}{1 + e^{x_i\beta}} \right) + (1 - y_i) \log\left(1 - \frac{e^{x_i\beta}}{1 + e^{x_i\beta}} \right) \right]$$

Pour toutes les régressions logistiques, Desjardins (2005, p37) précise que deux conditions doivent être réunies pour appliquer correctement cette méthode. Tout d'abord, la régression logistique nécessite des échantillons de grande taille permettant l'obtention d'un bon niveau de stabilité. Ensuite, une des contraintes pour la réalisation de ces méthodes est la nécessaire indépendance des variables explicatives du fait de la sensibilité des régressions logistiques à la multicolinéarité entre les prédicteurs. Ainsi, il est nécessaire d'examiner les corrélations entre les prédicteurs, ce qui sera l'objet d'une section suivante.

2. DESCRIPTION DE LA METHODOLOGIE

Avant de présenter les résultats de l'étude quantitative, il convient d'abord de spécifier et de décrire la démarche employée pour réaliser l'étude. L'analyse descriptive de l'échantillon fait l'objet de la première étape (2.1). L'analyse multivariée des régressions logistiques constitue la deuxième phase de l'étude (2.2).

2.1. L'ANALYSE DESCRIPTIVE DE L'ECHANTILLON

Avant d'entamer le test statistique multivarié des hypothèses, des analyses univariées et bivariées préliminaires sont nécessaires. Les caractéristiques de la variable à expliquer et des variables explicatives sont présentées dans les études descriptives. Ces analyses préliminaires comportent à la fois le calcul de statistiques descriptives (2.1.1), l'analyse des corrélations entre les variables indépendantes (2.1.2) et le test d'égalité des paramètres des échantillons (2.1.3).

2.1.1. Les statistiques descriptives

Notre modèle comporte à la fois des variables qualitatives et quantitatives. Ainsi, les statistiques calculées pour la description de nos variables diffèrent selon leur type.

S'agissant des variables qualitatives, les statistiques descriptives utilisées se résument en trois traitements : les effectifs, les fréquences et le mode. L'effectif constitue une mesure du nombre d'individus de notre échantillon pour l'ensemble des modalités de la variable en question. Les fréquences représentent le nombre de réponses associées aux modalités de la variable étudiée. Enfin, le mode est une mesure de la tendance centrale et correspond à la modalité pour laquelle les observations sont les plus nombreuses.

S'agissant des variables quantitatives, les statistiques descriptives utilisées comportent deux types de mesures : les mesures de la tendance centrale (la moyenne, la médiane, le mode) et les mesures de la dispersion (l'étendue, la variance, l'écart type et le coefficient de variation).

- Les mesures de la tendance centrale permettent de déterminer une variable « typique » ou centrale autour de laquelle des données ont tendance à se rassembler. L'indicateur le plus couramment utilisé est la moyenne où les données sont réparties de part et d'autre de la moyenne. La médiane est également une mesure de tendance centrale. Elle donne la valeur qui occupe la position centrale dans une série et elle divise la série en deux blocs égaux. Enfin, le mode est l'observation la plus fréquente d'une série d'observations, il est une mesure de concentration.
- Les indicateurs de dispersions permettent de mesurer comment les données se répartissent. L'étendue mesure l'écart entre la valeur maximum et la valeur minimum observées. La variance est une mesure de la dispersion autour de la moyenne. Elle est mesurée par la somme

des carrés des écarts par rapport à la moyenne, divisée par le nombre d'observations moins un. Elle représente une meilleure mesure de la dispersion que l'étendue car toutes les données sont prises en compte, contrairement à l'étendue qui n'inclut que la plus grande et la plus petite des valeurs. L'écart type, qui constitue également une mesure de la dispersion des données, est calculé en prenant la racine carrée de la variance. Enfin, le coefficient de variation permet de comparer en pourcentage la dispersion des distributions de variables de natures différentes. Il est mesuré par le rapport de l'écart type à la moyenne.

2.1.2. L'analyse des corrélations entre les variables indépendantes

Dans la régression logistique comme dans les régressions linéaires, la multicolinéarité parmi les variables explicatives peut biaiser l'estimation des coefficients de régression et rendre inefficaces les tests statistiques effectués pour valider les résultats de la régression. En effet, Desjardins (2005) précise que la régression logistique est très sensible à la multicolinéarité entre les prédicteurs. Avant de réaliser une régression logistique, il est indispensable de réaliser des croisements entre les différentes variables explicatives afin de juger des éventuelles situations de multicolinéarité. Il s'agit de vérifier que les variables explicatives sont indépendantes les unes des autres. Ainsi, nous devons nous assurer que les variables explicatives ne sont pas fortement corrélées entre elles.

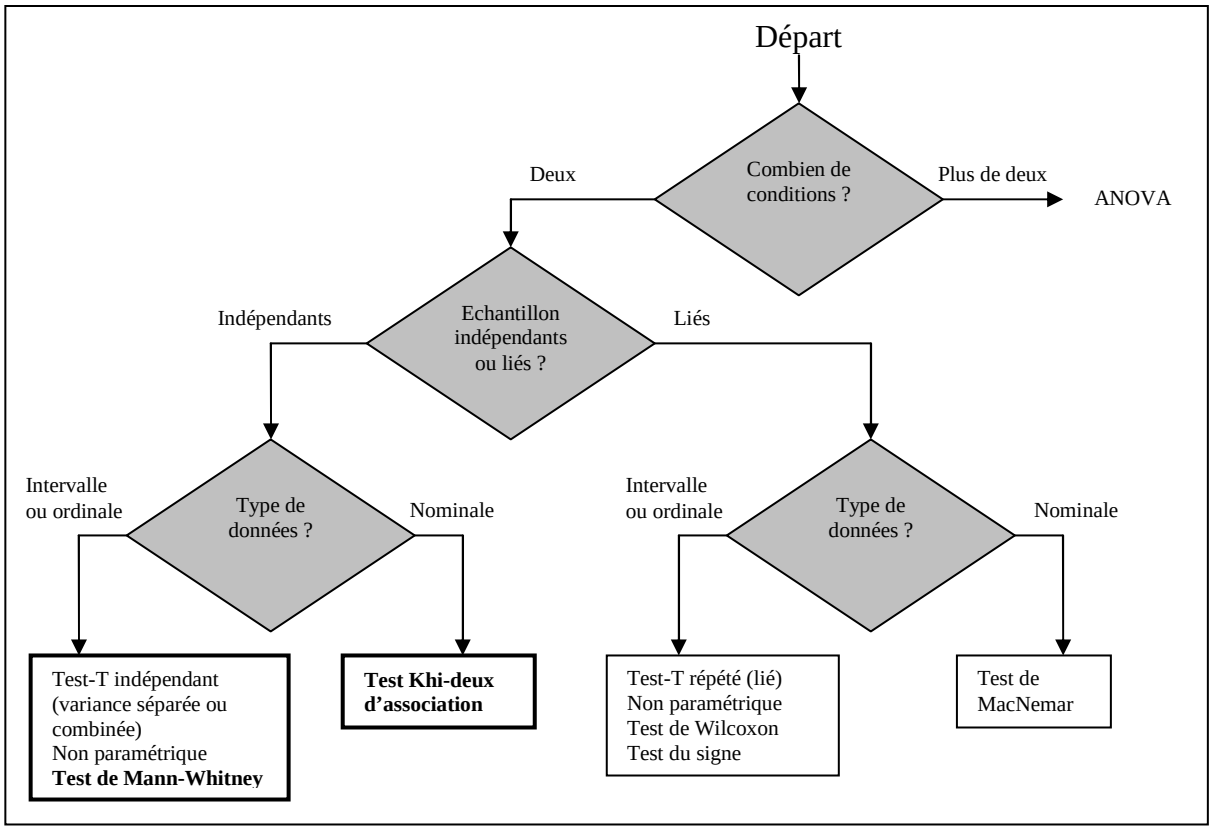
Pour vérifier cela, nous réalisons une analyse de corrélation entre les variables explicatives à l'aide de la matrice de corrélation de *Spearman*. L'objectif est d'étudier, sur le même ensemble d'observations, si deux variables varient de façon similaire ou non (Evrard et al., 2003). Les conditions de normalité n'étant pas nécessaires dans les régressions logistiques, il est nécessaire d'utiliser le coefficient de corrélation de *Spearman*. Il s'agit d'une version non paramétrique du coefficient de *Pearson* dans laquelle la corrélation s'appuie sur le rang des données et non sur les valeurs exactes. Selon Jolibert et Jourdan (2006), lorsque le coefficient est supérieur à 0,7, les corrélations sont élevées et révèlent l'existence de multicolinéarité pouvant fausser les résultats de la régression. Dans ce cas, les corrélations dépassant ce seuil requièrent une analyse des indicateurs VIF (Variance Inflation Factor). Cet indice mesure le degré d'augmentation de l'erreur standard engendré par les corrélations d'une variable avec les autres. D'après Evrard et al. (2003), lorsque le VIF est inférieur à 4, on peut supposer l'absence de multicolinéarité.

2.1.3. Le test d'égalité des paramètres des échantillons

Nous nous intéressons aux tests d'hypothèses de comparaison entre échantillons. Il existe différents tests statistiques univariés selon le type d'échantillons : échantillons indépendants i.e constitués aléatoirement ou échantillons appariés dont les données proviennent du même groupe d'individu. En plus de la manière dont les échantillons ont été constitués (indépendants ou liés), la distribution des données est importante pour le choix du test. En effet, lorsque la distribution est normale, les tests adéquats sont paramétriques (test-T répété aussi appelé test-T lié). Lorsque la distribution des échantillons ne suit pas une loi normale, les tests non paramétriques sont à employer (test de Mann-Whitney, test de Wilcoxon, test du signe et test de McNemar). Enfin, le type de données est également déterminant dans le choix du test à utiliser. Pour les variables nominales ou binaires, les tests du Khi-deux d'association ou de MacNemar sont utilisés. Pour les variables d'intervalle ou ordinales, les autres tests sont employés (test-T indépendant, test de Mann-Whitney, test-T répété, test de Wilcoxon, test du signe).

La figure 50 décrit les critères qui conduisent au choix d'un test statistique d'égalité des paramètres des échantillons.

Figure 50 : Organigramme indiquant le choix du test d'égalité des paramètres



Source : Kinnear et Gray (2005, p.17).

La figure précédente décrit le choix du test à utiliser. Dans le cadre de régressions logistiques binaires, le test non paramétrique de comparaison de rangs Mann-Whitney est le test utilisé pour les variables quantitatives (Rakotomalala, 2009). Les variables explicatives dichotomiques font l'objet du test d'indépendance au moyen de la statistique du Khi-deux. Pour réaliser ces tests de comparaison, la démarche consiste à séparer les entreprises en deux groupes. Le premier groupe appelé G1 est constitué des entreprises ne mettant pas en place une vérification sociétale (VERIF : y=0) et le deuxième groupe appelé G2 est constitué des entreprises réalisant une vérification sociétale (VERIF : y=1).

2.2. LA REGRESSION LOGISTIQUE

Pour mettre en œuvre une régression logistique, plusieurs étapes sont respectées. La régression logistique étant très sensible aux données extrêmes, il s'agit tout d'abord de détecter et de traiter les *outliers* (2.2.1). Ensuite, la qualité globale du modèle de régression

est analysée (2.2.2). Enfin, la dernière étape consiste à faire une analyse au niveau de chaque variable (2.2.3).

2.2.1. Traitement des *outliers*

La détection des valeurs extrêmes et aberrantes est une étape préliminaire importante avant la réalisation d'une régression logistique. En effet, l'estimation des paramètres d'un modèle est sensible à la présence de telles valeurs et les coefficients de régression peuvent être influencés par de telles valeurs (Evrard et al., 2003 ; Bressoux, 2008).

Pour détecter ce type de valeurs extrêmes aussi appelé *outliers*, Taffe (2004) recommande de procéder à l'analyse des résidus standardisés pour chaque régression logistique. Le résidu est une mesure de la distance entre le résultat observé *y* et le résultat prédit par le modèle ỹ. En régression logistique, l'un des buts de l'analyse des résidus consiste à déterminer s'il existe des données extrêmes (résidus extrêmes), c'est-à-dire celles pour lesquelles le modèle fonctionne mal et celles qui exercent une influence importante sur les estimations. Chaque observation a un résidu associé, ainsi il y a autant de résidus que d'observations. Comme les *outliers* peuvent influencer fortement l'estimation des coefficients et biaiser les analyses, ils peuvent être éliminés de l'analyse (Taffe, 2004 ; Garson, 2007).

Garson (2007) précise que l'on peut considérer que les résidus standardisés, dont les valeurs absolues sont supérieures ou égales à 2,58, correspondent à des valeurs extrêmes au seuil de 1%. Ces *outliers* peuvent donc être supprimés de l'échantillon. Les valeurs absolues des résidus standardisés supérieurs à 1,96 sont des *outliers* au seuil de 5%.

Ainsi, suivant les recommandations de Taffe (2004) et Garson (2007), avant de procéder aux régressions logistiques, nous avons effectué une analyse des résidus standardisés pour chacune de nos régressions. Les observations, dont les résidus standardisés obtenus à l'aide du logiciel SPSS sont supérieurs au seuil prévu par Garson (2007), ont été supprimées.

2.2.2. Evaluation de la qualité globale du modèle de régression logistique

La première étape de la mise en œuvre de la régression logistique consiste à déterminer si le modèle global obtenu est pertinent et si les critères de validité sont respectés. Il s'agit ici de procéder à des tests d'ajustement global et de préciser la qualité de représentation du modèle.

Pour le test d'ajustement du modèle global, tout comme pour les régressions linéaires, il s'agit de tester l'hypothèse que les variables indépendantes n'ont pas d'influence sur les variations de la variable dépendante. Un test analogue à celui utilisé dans le cas de régressions linéaires (le test d'ajustement global de Fisher) et s'interprétant de la même manière est alors retenu. Il est fondé sur le rapport des vraisemblances. Ce test permet une comparaison du modèle nul qui n'inclut que la constante au modèle complet. Il suit une loi du Khi-deux et est appelé test du ratio du Log de vraisemblance (LRT = Log Ratio Test).

La formule de calcul du test du ratio de vraisemblance est la suivante :

- Log Ratio Test :

$$LRT = -2 * ln \frac{L(M_0)}{L(M_M)}$$

$$LRT = [-2 * LL(M_0)] - [-2 * LL(M_M)] \sim \chi^2_d \quad \text{Loi du Khi-deux}$$

$$LRT = D_0 - D_M$$

L(M) représente la vraisemblance du modèle, LL(M) est le log-vraisemblance du modèle, D est la déviance et d les degrés de liberté (d=différence du nombre de paramètres).

Le test du rapport de vraisemblance consiste donc à comparer deux déviances. Pour l'évaluation globale du modèle, on confronte la déviance du modèle étudié (D_M) à celle du modèle trivial (D_0) qui est composé de la seule constante. Les degrés de liberté ddl du Khi-deux correspondent à la différence dans le nombre de paramètres (prédicteurs) des modèles comparés (Hosmer et Lemeshow, 1989).

Plusieurs outils permettent de juger de la qualité d'ajustement du modèle. Les deux indicateurs sont : la statistique du Khi-deux -2LL et le pseudo-R^2.

Le -2log (vraisemblance) aussi écrit -2LL ou -2LogL (-2LL= -2 x log-vraisemblance) se comporte comme un Khi-2. Si le modèle s'ajuste médiocrement, cette statistique aura une valeur élevée et si le modèle s'ajuste bien aux données, la valeur sera faible (Bressoux, 2008). On l'appelle également la déviance. Ainsi la déviance maximale correspond à la qualité d'ajustement avec une constante seulement (sans variable dépendante).
Pour mesurer la qualité de la modélisation, plusieurs R^2 sont utilisés : le pseudo R^2 de McFadden, le R^2 de Cox et Snell et le R^2 ajusté de Nagelkerke. Ils sont calculés comme suit :

- R^2 de McFadden :

$$R^2_{MF} = 1 - \frac{LL_M}{LL_0}$$

- R^2 de Cox et Snell :

$$R^2_{CS} = 1 - \left(\frac{L_0}{L_M}\right)^{2/n}$$

- R^2 ajusté de Nagelkerke :

$$R^2_N = \frac{R^2_{CS}}{\max R^2_{CS}}$$

Les R^2 résultent de l'opposition, sous différentes formes, de la vraisemblance du modèle étudié L_M avec celle du modèle trivial L_0. On confronte donc le modèle étudié au modèle trivial composé de la seule constante. Il s'agit ici de vérifier si le modèle étudié (M_M) est meilleur que le modèle trivial (M_0), et ainsi, s'il présente une vraisemblance ou un log-vraisemblance plus favorable. Ces statistiques sont bornées entre 0 et 1. Si le modèle évalué n'est pas meilleur que le modèle trivial, le R^2 est égal à 0. Inversement, on conclut à un fort pouvoir prédictif du modèle si la statistique est proche de 1. Ainsi, de même que le R^2 utilisé lors de la régression linéaire s'interprète comme le pourcentage de variance expliqué par le modèle, les R^2 utilisés dans la régression logistique s'interprètent comme le pourcentage de déviance expliqué par le modèle.

Enfin, pour évaluer l'adéquation du modèle avec les données, le test d'*Hosmer et Lemeshow* (1989) peut être utilisé. Ce test est basé sur un regroupement des probabilités prédites par le modèle. Pour chacun des groupes, le nombre observé de réponses positives (appartenance de l'entreprise à la classe y=1) et de réponses négatives (appartenance de l'entreprise à la classe

y=0) est calculé. Ce nombre est ensuite comparé au nombre espéré prédit par le modèle. Une distance entre les fréquences observées et prédites est ensuite calculée au moyen d'une statistique du Khi-deux. Lorsque la distance est faible, on considère que le modèle est bien calibré (Taffé, 2004). Le modèle est validé et considéré comme compatible avec les données lorsque la p-value est supérieure au risque usuel de 5%.

2.2.3. Significativité des variables explicatives

La deuxième étape de la mise en œuvre de la régression logistique consiste à tester la significativité des coefficients associés aux variables explicatives et à procéder à une interprétation de ces coefficients. La statistique de *Wald* est utilisée pour juger du la significativité des coefficients. Les *odds-ratio* permettent ensuite d'analyser les causalités et de mettre en avant les variables explicatives qui influencent réellement la variable à expliquer.

Dans le cadre de régressions logistiques, la statistique de *Wald* (1943) est la plus utilisée pour tester les hypothèses de significativité des coefficients de régression d'un modèle logit (Desjardin, 2007). Cette statistique distribuée selon une loi du Khi-deux est égale au carré des valeurs du t de Student (Sharma, 1996 ; Jolibert et Jourdan, 2006). Lorsque les coefficients de régression sont significatifs, on peut alors, dans une deuxième étape, procéder à l'interprétation des *odds-ratio* (« rapports de cote »).

Ainsi, pour compléter la statistique de *Wald* et obtenir une meilleure interprétation des résultats au niveau des variables, il s'agit d'interpréter les coefficients de la régression β. Les signes des coefficients β informent sur le sens de la relation qui fait augmenter ou diminuer la probabilité de connaître l'évènement. Les coefficients de la régression logistique peuvent également servir à estimer des *odds-ratio* pour chacune des variables indépendantes d'un modèle (Fleiss, 1981). L'*odd-ratio* aussi appelé « *rapport des cotes* », « *rapport des chances* » ou encore « *risque relatif rapproché* » est une mesure de la force de l'association entre une exposition (*x*) et la survenue d'un événement (*y*). Le *odd* ou « *cote* » est le rapport de deux probabilités complémentaires : la probabilité de réalisation d'un évènement (*Prob* (y_i=1)) sur la probabilité de réalisation de l'évènement contraire (1- *Prob* (y_i=1)). Lorsque l'association entre *x* et *y* est faible, Exp (β) (ou *odds*) est proche de 1. Inversement, un *odd-ratio* supérieur ou inférieur à 1 indique une association entre *x* et *y*.

L'*odd* d'un évènement *y* est donc donné par la formule :

$$odds = \frac{Prob\,(y_i = 1)}{1 - Prob\,(y_i = 1)}$$

L'*odd* est une nouvelle manière de présenter la relation entre les variables qui nous intéressent. De plus, il fournit une base d'interprétation simple du modèle (Bressoux, 2008). Le signe du rapport de cote permet de déterminer le sens de la relation. Si β est négatif et Exp(β) <1 (Exp(β)=odds), alors l'événement a moins de chance de se produire par rapport à la modalité de référence de la variable. Autrement dit, les individus appartenant à la modalité considérée de la variable explicative ont [100*(1- exp (β))]% moins de chance que leur homologue de la modalité de référence de subir l'événement étudié. Par contre si β est positif et Exp(β) >1 (Exp(β)=odds), alors l'événement a plus de chance de se produire par rapport à la modalité de référence de la variable. En d'autres termes, les individus appartenant à la modalité considérée de la variable explicative ont [100*(exp (β)-1)]% plus de chance que leur homologue de la modalité de référence de subir l'événement étudié.

SECTION 2 –ANALYSE DESCRIPTIVE DES DONNEES

L'objectif de cette section est de présenter l'analyse descriptive des données recueillies et les tests univariés et bivariés. L'exploration et la description des données est une étape préliminaire et essentielle avant d'entamer la phase de test du modèle et des hypothèses.
En premier lieu, nous présentons l'échantillon et les différentes statistiques qui ont pour objectif de décrire la variable à expliquer et les variables explicatives (1). En second lieu, le test des corrélations réalisé permet de s'assurer qu'il n'existe pas de colinéarité entre les variables explicatives (2). En dernier lieu, nous présentons les tests d'égalité des paramètres des échantillons (3).

1. DESCRIPTION DE L'ECHANTILLON

Il s'agit de décrire l'échantillon de l'étude en présentant sa composition et chacune des caractéristiques des variables du modèle. Nous allons commencer par présenter la constitution de l'échantillon de l'étude (1.1). Puis nous exposons les statistiques descriptives des variables explicatives (1.2).

1.1. CONSTITUTION DE L'ECHANTILLON

L'objectif de l'étude étant de déterminer les facteurs explicatifs de la mise en place par les entreprises d'une vérification volontaire des informations sociétales, il convient de sélectionner un échantillon d'entreprises publiant des informations sociétales. Dans la publication d'informations sociétales, le contexte réglementaire étant spécifique à chaque pays, le choix de restreindre l'analyse au contexte français prend tout son sens. Ainsi, notre étude se focalisera sur le contexte français.

Tout d'abord, il s'agit de retenir toutes les entreprises soumises à la réglementation française au sujet de la publication d'informations sociétales dans le rapport de gestion. Notre choix se tourne donc vers les entreprises françaises cotées sur le marché réglementé et donc soumises à la loi NRE. Pour maximiser la taille de l'échantillon et obtenir un nombre suffisant d'entreprises françaises concernées par la loi NRE, nous retenons les entreprises du SBF 120.

La liste des 120 entreprises constituant notre échantillon est donnée en annexe (annexe 7). Dans cette liste, les entreprises de l'échantillon sont classées en deux groupes selon qu'elles vérifient (VERIF = 1) ou non (VERIF = 0) les informations sociétales.

La période de l'étude se limite aux années 2007 et 2008 car nombreuses sont les entreprises qui ne publient des rapports sociétaux que depuis 2007. En effet, en France cette pratique était trop marginale avant 2007 pour qu'elle puisse faire l'objet d'une étude quantitative. De plus, au moment de l'étude, les rapports 2009 ne sont pas encore disponibles.

La variable à expliquer, à savoir le recours à une vérification des informations sociétales, est une variable dichotomique, notée VERIF.
Nous résumons dans le tableau ci-dessous les statistiques descriptives de cette variable pour les années 2007 et 2008.

Tableau 19 : Statistiques descriptives de la variable à expliquer

Statistiques	**Effectif**			**Pourcentage**		
	2007	**2008**	**2007-2008**	**2007**	**2008**	**2007-2008**
Non vérificatrices (0)	81	80	161	67,5 %	66,7 %	67,1 %
Vérificatrices (1)	39	40	79	32,5 %	33,3 %	32,9 %
Total	120	120	240	100 %	100 %	100 %

Nous constatons que les entreprises n'ayant pas recours à une vérification sociétale sont plus nombreuses (81 entreprises en 2007 et 80 entreprises en 2008) que les entreprises ayant recours à ce type de vérification (39 entreprises en 2007 et 40 entreprises en 2008). Ceci est dû au fait que la vérification sociétale est une pratique encore récente en France, en phase d'émergence. En 2008, une entreprise supplémentaire décide de mettre en place une vérification sociétale. Le pourcentage d'entreprise « vérificatrice » passe ainsi de 32,5% en 2007 à 33,3% en 2008.

1.2. STATISTIQUES DESCRIPTIVES DES VARIABLES EXPLICATIVES

Nous décrivons, pour chaque année de l'étude, les caractéristiques des variables explicatives dichotomiques, puis celles des variables explicatives quantitatives. Ces statistiques permettent de décrire les entreprises de l'échantillon.

Les variables explicatives dichotomiques

Pour décrire les variables explicatives binaires du modèle (cf. p.285), nous avons étudié l'effectif et le mode de chaque variable. Le tableau suivant présente ces statistiques descriptives.

Tableau 20 : Statistiques descriptives des variables explicatives dichotomiques

Statistiques		N			Effectif			Pourcentage		
		2007	2008	2007-2008	2007	2008	2007-2008	2007	2008	2007-2008
DIF	0	119	119	238	76	77	153	63,3	64,2	63,8
	1				43	42	85	35,8	35,0	35,7
CUMUL	0	120	120	240	62	65	127	51,7	54,2	52,9
	1				58	55	113	48,3	45,8	47,1
SECTEUR	0	120	120	240	37	37	74	30,8	30,8	30,8
	1				83	83	166	69,2	69,2	69,2
COT	0	120	120	240	38	38	76	31,7	31,7	31,7
	1				82	82	164	68,3	68,3	68,3

Légende : DIF : diffusion du capital ; CUMUL : cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration ; SECTEUR : appartenance à un secteur sensible ; COT : cotation multiple.

Pour les variables binaires, nous remarquons que pour chaque année plus de 63 % des entreprises ont un capital qui est concentré (DIF). Les entreprises de l'échantillon ont pour la majorité d'entre elles (51,7 % en 2007, 54,2 % en 2008) une séparation des fonctions de président du conseil d'administration et de directeur général (CUMUL). Par ailleurs, l'échantillon est composé de nombreuses entreprises appartenant à des secteurs sensibles (SECTEUR). Enfin, plus de 68 % des entreprises sont cotées sur plusieurs marchés (COT).

Les variables explicatives quantitatives

Les variables explicatives quantitatives sont étudiées à l'aide d'indicateurs de dispersions dont l'objectif est de caractériser la variabilité des données : le minimum et le maximum, la moyenne, la médiane et l'écart type. Le tableau 21 présente ces statistiques.

Tableau 21 : Statistiques descriptives des variables explicatives quantitatives

Statistiques	N			Min			Max			Moyenne			Médiane			Ecart-Type		
	2007	2008	2007-2008	2007	2008	2007-2008	2007	2008	2007-2008	2007	2008	2007-2008	2007	2008	2007-2008	2007	2008	2007-2008
ROA	120	120	240	-22,888	-47,204	-47,204	49,251	27,742	49,251	7,017	4,273	5,645	6,077	4,810	5,473	8,094	8,022	8,159
ENDET	120	120	240	0,015	0,015	0,015	206,398	233,361	233,361	27,940	29,925	28,932	26,085	25,879	25,939	22,593	25,153	23,878
INST	117	117	234	2,600	2 ,620	2,60	99,560	99,560	99,560	49,212	49,098	49,155	47,100	50,240	48,150	25,703	25,372	25,483
FAM	117	117	234	0	0	0	72,240	73,550	73,550	13,346	13,548	13,450	0,220	0,220	0,220	19,248	19,675	19,421
SAL	117	117	234	0	0	0	20,310	21,220	21,220	2,320	2,367	2,343	1,080	1,200	1,120	3,583	3,728	3,649
TAILCA	120	120	240	4	3	3	21	24	24	11,86	12,042	11,95	11	12	12	3,984	3,975	3,972
INDEPCA	119	118	238	0	0	0	1	1	1	0,470	0,478	0,474	0,454	0,454	0,454	0,212	0,214	0,212
FEM	120	120	240	0	0	0	0,333	0,400	0,400	0,081	0,089	0,085	0,071	0,083	0,083	0,081	0,083	0,082
ACTIFS	120	120	240	2,108	2,092	2,092	6,229	6,316	6,316	3,895	3,934	3,910	3,816	3,798	3,798	0,821	0,828	0,823
MEDIA	120	120	240	0	0	0	248	115	248	9,567	9,667	9,62	2	2	2	26,186	19,316	22,961
JF	120	120	240	-0, 111	-0,111	-0,111	1	1	1	0,081	0,161	0,121	0	0	0	0,243	0,357	0,311
POSITION	120	120	240	0	0	0	2	2	2	0,92	0,98	0,95	1	1	1	0,913	0,917	0,913
INDBOURDD	120	120	240	0	0	0	4	4	4	1,02	1,05	1,03	0	0	0	1,408	1,443	1,423
AUD	120	120	240	0	0	0	3	3	3	1,67	1,65	1,66	2	2	2	0,555	0,560	0,556

Légende : ROA : performance financière mesurée par le Return On Asset en % ; ENDET : taux d'endettement ; INST : pourcentage d'actionnaires institutionnels ; FAM : pourcentage d'actionnaires familiaux ; SAL : pourcentage d'actionnaires salariés ; TAILCA : taille du conseil d'administration ; INDEPCA : indépendance du conseil d'administration en % ; FEM : pourcentage de femmes présentes dans le conseil d'administration en % ; ACTIFS : taille de l'entreprise mesurée par le logarithme de l'actif ; MEDIA : nombre d'articles de presse ; JF : légitimité médiatique mesurée par le coefficient JF ; POSITION : position de l'entreprise en matière de RSE mesurée par la présence d'un rapport DD et d'une structure DD ; INDBOURDD : présence dans les indices boursiers ; AUD : appartenance de l'auditeur financier à un Big 4.

Les statistiques descriptives montrent que le rendement des actifs investis (ROA) des entreprises, mesuré par le ratio Résultat net sur Total actif, varie d'un minimum de - 47,2 % à un maximum de 49,2 % au cours de la période. Le tableau met en exergue l'augmentation de l'endettement des entreprises (ENDET). Le ratio d'endettement moyen des entreprises de l'échantillon est de 27,9% en 2007 et 29,9% en 2008. Ces variables relatives à la performance de l'entreprise (ROA) et à leur endettement (ENDET) ont une grande dispersion (écart type élevé).

Pour ce qui est de la répartition du capital, le pourcentage du nombre d'actionnaires institutionnels (INST), salariés (SAL) et familiaux (FAM) n'a que très sensiblement évolué entre 2007 et 2008. L'actionnariat institutionnel est en moyenne de plus de 49%, l'actionnariat familial de plus de 13% et l'actionnariat salarié de plus de 2,3 %.

Concernant la taille des conseils d'administration (TAILCA), ils sont composés au maximum de 24 membres et au minimum de 3 membres. Les conseils sont en majorité composés de 12 membres. Les conseils d'administration des entreprises de l'échantillon sont en moyenne composés de plus de 47 % de membres indépendants (INDEPCA). Certaines entreprises ont la totalité de leurs membres indépendants. La dispersion de cette variable est relativement peu importante (écart type égal à 0,212). Au sein de ces conseils, les femmes sont très peu représentées (FEM), le maximum de représentation est de 40% avec une moyenne d'environ 8%. Cette variable n'enregistre pas une grande dispersion (écart type faible).

Afin d'éviter les disparités entre les observations, la taille de l'entreprise a été mesurée par le logarithme de l'actif (ACTIFS), ce qui explique la valeur faible de l'écart type.

Le tableau montre une disparité dans le nombre de parution d'articles de presse concernant les entreprises (MEDIA). Le maximum d'articles de presse parus pour une entreprise est de 248, et à contrario, certaines entreprises n'ont eu aucun article de presse paru les concernant. S'agissant de la présence dans des indices socialement responsables (INDBOURDD), les entreprises sont en moyenne présentes dans un indice RSE et au maximum dans quatre indices RSE.

2. L'ANALYSE DES CORRELATIONS ENTRE LES VARIABLES INDEPENDANTES

La régression logistique étant très sensible aux problèmes de multicolinéarité entre les variables explicatives (Bressoux, 2008), tous les tests nécessaires pour détecter ce type de problèmes sont effectués. Nous avons tout d'abord réalisé une matrice de corrélations entre

les variables explicatives. Pour compléter cette première analyse, le VIF (*Variance Inflation Factor*) et la tolérance sont ensuite calculés.

Dans un premier temps, afin de s'assurer de l'absence de multicolinéarité entre les variables explicatives du modèle, nous avons calculé, pour chaque paire de variable, le coefficient de corrélation de *Spearman*. Les conditions de normalité n'étant pas nécessaires dans les régressions logistiques, nous utilisons la version non paramétrique du coefficient de corrélations de *Pearson* appelé coefficient de corrélation de *Spearman*.

La multicolinéarité intervient lorsque les corrélations entre variables sont élevées. Comme le précise Darpy (in Evrard et al., 2003), les recherches en sciences sociales sont souvent confrontées aux problèmes de multicolinéarité des variables explicatives car les concepts étudiés sont très souvent liés entre eux.

Les tableaux 22 présentent la matrice de corrélation de *Spearman* pour l'année 2007. Pour alléger la présentation, les matrices de corrélation pour l'année 2008 et pour les données poolées (2007-2008) sont présentées en annexe (annexe 8).

Tableau 22 : Matrice de corrélation des variables explicatives pour 2007

2007	**ROA**	**ENDET**	**DIF**	**INST**	**FAM**	**SAL**	**TAILCA**	**INDEPCA**	**CUMUL**	**FEM**	**ACTIFS**	**SECTEUR**	**COT**	**MEDIA**	**JF**	**POSITION**	**IND BOURDD**	**AUD**
ROA	1,000																	
ENDET	,033	1,000																
DIF	-,072	-,040	1,000															
INST	-,113	,062	,418**	1,000														
FAM	,222*	-,058	-,271**	-,457**	1,000													
SAL	-,296**	,114	,134	,161	-,244**	1,000												
TAILCA	-,090	-,009	,011	,181	-,289**	,239**	1,000											
INDEPCA	-,109	-,050	,501**	,444**	-,238*	,095	-,063	1,000										
CUMUL	-,043	,064	,071	-,102	,015	,029	-,063	,027	1,000									
FEM	,107	,079	-,010	-,192*	,192*	,144	,042	-,012	,071	1,000								
ACTIFS	-,302**	,030	,123	,283**	-,371**	,340**	,682**	,115	-,168	,039	1,000							
SECTEUR	,001	,120	,052	-,011	-,090	,092	,111	,021	,068	,029	,174	1,000						
COT	,069	,005	,178	,237*	-,189*	,210*	,449**	,239**	-,130	,062	,589**	,011	1,000					
MEDIA	-,221*	-,122	,117	,157	-,192*	,327**	,452**	,060	,001	-,038	,694**	,008	,494**	1,000				
JF	,151	-,117	-,111	-,044	,187*	-,195*	-,194*	,006	,014	-,059	-,291**	-,069	-,022	-,183*	1,000			
POSITION	-,132	-,036	,135	,182*	-,146	,210*	,384**	,147	-,018	,095	,625**	,139	,353**	,558**	-,286**	1,000		
IND BOURDD	-,120	-,058	,237**	,323**	-,150	,274**	,365**	,167	-,195*	,048	,606**	-,125	,505**	,557**	-,216*	,634**	1,000	
AUD	-,178	,037	,114	,292**	-,363**	,114	,433**	,135	-,023	-,075	,551**	,029	,376**	,448**	-,192*	,399**	,423**	1,000

Légende : ROA : performance financière mesurée par le Return On Asset en % ; ENDET : taux d'endettement ; DIF : diffusion du capital ; INST : pourcentage d'actionnaires institutionnels ; FAM : pourcentage d'actionnaires familiaux ; SAL : pourcentage d'actionnaires salariés ; TAILCA : taille du conseil d'administration ; INDEPCA : indépendance du conseil d'administration en % ; CUMUL : cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration ; FEM : pourcentage de femmes présentes dans le conseil d'administration en % ; ACTIFS : taille de l'entreprise mesurée par le logarithme de l'actif ; SECTEUR : appartenance à un secteur sensible ; COT : cotation multiple ; MEDIA : nombre d'articles de presse ; JF : légitimité médiatique mesurée par le coefficient JF ; POSITION : position de l'entreprise en matière de RSE mesurée par la présence d'un rapport DD et d'une structure DD ; INDBOURDD : présence dans les indices boursiers ; AUD : appartenance de l'auditeur financier à un Big 4.

Seuil de significativité : *** (p<0,01), ** (p<0,05) et * (p<0,1).

Au vu des matrices des corrélations de *Spearman*, il n'existe pas de corrélation significativement problématique dépassant le seuil de 0,7 (Evrard et al., 2003). En effet, Evrard et al. (2003) et Jolibert et Jourdan (2006) précisent que des problèmes peuvent exister pour des corrélations supérieures à 0,7. Pour s'assurer qu'il n'existe pas de réel problème de multicolinéarité, un examen complémentaire des coefficients VIF et de la tolérance est réalisé. Ce test indique si la corrélation est acceptable en mesurant le degré d'augmentation de l'erreur standard en raison du degré de corrélation des variables explicatives entre elles.
Le tableau suivant présente les statistiques de colinéarité (tolérance et VIF).

Tableau 23 : Test VIF pour les variables explicatives

	Statistiques de colinéarité					
	Tolérance			**VIF**		
	2007	**2008**	**2007-2008**	**2007**	**2008**	**2007-2008**
ROA	,705	,766	,777	1,418	1,305	1,286
ENDET	,773	,906	,866	1,294	1,104	1,155
DIF	,601	,536	,577	1,665	1,864	1,733
INST	,529	,564	,553	1,890	1,773	1,808
FAM	,561	,573	,572	1,784	1,745	1,747
SAL	,847	,882	,877	1,181	1,134	1,140
TAILCA	,483	,471	,486	2,069	2,121	2,056
INDEPCA	,590	,488	,551	1,694	2,048	1,814
CUMUL	,860	,870	,875	1,163	1,150	1,143
FEM	,877	,842	,872	1,140	1,187	1,146
ACTIFS	,269	,287	,283	3,713	3,489	3,537
SECTEUR	,802	,785	,799	1,247	1,274	1,251
COT	,469	,481	,486	2,131	2,077	2,059
MEDIA	,780	,681	,758	1,282	1,469	1,320
JF	,836	,909	,909	1,197	1,100	1,100
POSITION	,465	,471	,475	2,152	2,121	2,104
INDBOURDD	,385	,396	,393	2,598	2,522	2,544
AUD	,585	,611	,612	1,708	1,635	1,635

Légende : ROA : performance financière mesurée par le Return On Asset en % ; ENDET : taux d'endettement ; DIF : diffusion du capital ; INST : pourcentage d'actionnaires institutionnels ; FAM : pourcentage d'actionnaires familiaux ; SAL : pourcentage d'actionnaires salariés ; TAILCA : taille du conseil d'administration ; INDEPCA : indépendance du conseil d'administration en % ; CUMUL : cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration ; FEM : pourcentage de femmes présentes dans le conseil d'administration en % ; ACTIFS : taille de l'entreprise mesurée par le logarithme de l'actif ; SECTEUR : appartenance à un secteur sensible ; COT : cotation multiple ; MEDIA : nombre d'articles de presse ; JF : légitimité médiatique mesurée par le coefficient JF ; POSITION : position de l'entreprise en matière de RSE mesurée par la présence d'un rapport DD et d'une structure DD ; INDBOURDD : présence dans les indices boursiers ; AUD : appartenance de l'auditeur financier à un Big 4.

Le seuil du VIF acceptable préconisé par Evrard et al. (2003) est de 4. De plus, Hamilton (1992) précise qu'en pratique, une tolérance supérieure à 0,2 et un VIF inférieur à 4 permettent de conclure à l'absence de multicolinéarité. Les VIF maximum sont ici de 3,5 et les tolérances sont supérieures à 0,2 (la plus faible étant égale à 0,27).

Les tests effectués permettent de conclure à l'absence significative de multicolinéarité entre les variables explicatives qui seront donc introduites dans le modèle de régression logistique.

3. LE TEST D'EGALITE DES PARAMETRES DES ECHANTILLONS

Nous cherchons ici à comparer les caractéristiques des entreprises réalisant une vérification sociétale, et celles ne réalisant pas de vérification sociétale. Il s'agit tout d'abord de présenter les résultats du test non paramétrique de comparaison des rangs de *Mann-Whitney* (3.1), puis ceux du test du Khi-deux d'indépendance (3.2).

3.1. TEST NON PARAMETRIQUE DE *MANN-WHITNEY*

Dans le cadre de régressions logistiques, la normalité des données n'étant pas requise, des tests non paramétriques peuvent être employés (Rakotomalala, 2009). Ainsi, pour les variables numériques ou ordinales, le test non paramétrique de comparaison de rangs de *Mann-Whitney* a été utilisé. Ce test non paramétrique teste l'hypothèse selon laquelle les deux groupes (G1= entreprises « non vérificatrices » et G2= entreprises « vérificatrices ») sont uniformément distribués.

Le tableau 24 présente les résultats du test non paramétrique de *Mann-Whitney* pour les deux années de notre échantillon et pour les données poolées (2007-2008), ainsi que les statistiques descriptives des variables explicatives selon les deux groupes d'entreprises (VERIF = 0 = G1 et VERIF = 1 = G2).

Tableau 24 : Test non paramétrique de *Mann-Whitney*

2007	**Moyenne**		**Ecart-type**		***Mann-Whitney***	
	G 1	**G 2**	**G 1**	**G 2**	**Z**	**Significativité**
ROA	7,621	5,763	9,101	5,332	-1,392	0,164 NS
ENDET	28,675	26,412	26,029	12,983	-0,008	0,993 NS
INST	45,872	56,431	24,922	26,217	-2,178	0,029 **
FAM	15,842	7,945	20,438	14,631	-2,295	0,022 **
SAL	2,203	2,567	3,961	2,618	-2,131	0,033 **
TAILCA	11,000	13,641	3,805	3,794	-3,359	0,001 ***
INDEPCA	0,455	0,500	0,221	0,192	-0,813	0,416 NS
FEM	0,083	0,079	0,088	0,065	-0,100	0,920 NS
ACTIFS	3,586	4,539	0,653	0,764	-6,004	0,000 ***
MEDIA	4,675	19,845	13,187	40,301	-5,491	0,000 ***
JF	0,123	-0,004	0,298	0,099	-5,110	0,000 ***
POSITION	0,47	1,85	0,709	0,489	-7,658	0,000 ***
INDBOURDD	0,43	2,21	0,991	1,340	-6,438	0,000 ***
AUD	1,53	1,95	0,551	0,456	-3,854	0,000 ***
2008	**Moyenne**		**Ecart-type**		***Mann-Whitney***	
	G 1	**G 2**	**G 1**	**G 2**	**Z**	**Significativité**
ROA	4,371	4,062	9,179	5,061	-1,280	0,200 NS
ENDET	30,687	28,402	29,359	13,451	-2,212	0,832 NS
INST	46,763	53,950	24,317	27,128	-1,534	0,125 NS
FAM	15,893	8,671	21,009	15,717	-2,068	0,039 **
SAL	2,006	3,118	3,620	3,883	-2,902	0,004 ***
TAILCA	11,175	13,775	3,683	4,016	-3,171	0,002 ***
INDEPCA	0,454	0,527	0,209	0,217	-1,681	0,093 *
FEM	0,086	0,093	0,089	0,068	-0,738	0,461 NS
ACTIFS	3,582	4,610	0,625	0,759	-6,513	0,000 ***
MEDIA	4,712	19,575	14,193	24,070	-5,448	0,000 ***
JF	0,212	0,059	0,378	0,289	-4,895	0,000 ***
POSITION	0,537	1,875	0,762	0,404	-7,524	0,000 ***
INDBOURDD	0,500	2,150	1,079	1,459	-5,998	0,000 ***
AUD	1,537	1,875	0,572	0,463	-3,101	0,002 ***
2007-2008	**Moyenne**		**Ecart-type**		***Mann-Whitney***	
	G 1	**G 2**	**G 1**	**G 2**	**Z**	**Significativité**
ROA	6,010	4,901	9,255	5,234	-1,904	0,057 *
ENDET	29,675	27,420	27,419	13,175	-0,187	0,852 NS
INST	46,315	55,174	24,549	26,531	-2,618	0,009 ***
FAM	15,867	8,315	20,764	15,092	-3,093	0,002 ***
SAL	2,106	2,846	3,785	3,309	-3,553	0,000 ***
TAILCA	11,09	13,71	3,734	3,883	-4,628	0,000 ***
INDEPCA	0,454	0,514	0,214	0,205	-1,751	0,080 *
FEM	0,841	0,086	0,089	0,067	-0,600	0,549 NS
ACTIFS	3,584	4,575	0,637	0,756	-8,889	0,000 ***
MEDIA	4,665	19,709	13,618	32,881	-7,790	0,000 ***
JF	0,166	0,028	0,339	0,220	-7,085	0,000 ***
POSITION	0,503	1,861	0,734	0,445	-10,762	0,000 ***
INDBOURDD	0,472	2,177	1,037	1,421	-8,809	0,000 ***
AUD	1,534	1,911	0,559	0,458	-4,926	0,000 ***

Légende :

- Z : test de *Mann-Whitney* pour deux échantillons indépendants (H0 : les rangs des données de deux groupes sont uniformément distribués). Rejet de H0 : *** significatif au seuil de 1%, **significatif au seuil de 5%, * significatif au seuil de 10%, ns: non significatif
- Groupes : G1 : Groupe 1 : entreprises « non vérificatrices » / G2 : Groupe 2 : entreprises « vérificatrices ».

Seuil de significativité : *** (p<0,01), ** (p<0,05) et * (p<0,1).

Des résultats obtenus par le test d'égalité des paramètres des échantillons de *Mann-Whitney*, nous tirons les commentaires suivants :

Variables économiques

Au vu des résultats du test non paramétrique, on constate que pour la performance financière il n'y pas de différence significative entre les entreprises « vérificatrices » et les autres. Il en est de même pour le niveau d'endettement des entreprises. Ainsi, pour les variables économiques, le test de *Mann-Whitney* ne fait pas apparaitre de différences significatives entre les entreprises « vérificatrices » et « non vérificatrices ».

Variables de gouvernance

Concernant les variables de gouvernance, les résultats sont variés. S'agissant de l'actionnariat institutionnel, des différences significatives sont visibles (2007-2008 : z = -2,618 et sig.= 0,009). Ainsi, en moyenne, les institutionnels détiennent un pourcentage de capital plus important dans les entreprises qui vérifient les informations sociétales (2007-2008 : 55%) que dans celles qui ne vérifient pas ces mêmes informations (2007-2008 : 46%). De même, des différences significatives entre les deux groupes d'entreprises existent concernant les actionnaires familiaux (2007-2008 : z = -3,093 ; sig.= 0,002). Ils détiennent en moyenne 16% du capital des entreprises « non vérificatrices » contre 8% du capital des entreprises « vérificatrices ». Le même constat peut être fait concernant l'actionnariat salarié. Le pourcentage d'actionnaires salariés dans les entreprises de l'échantillon est significativement différent entre les deux groupes de sociétés (2007-2008 : z = -3,553 ; sig.= 0,000). Ils détiennent en moyenne 2,57 % en 2007 et 3,12 % en 2008 du capital des entreprises « vérificatrices » contre 2,20 % en 2007 et 2,01 % en 2008 du capital des entreprises « non vérificatrices ». Concernant la taille du conseil d'administration, des différences significatives existent également entre les deux groupes d'entreprises (2007-2008 : z = -4,628 ; sig.= 0,000). On constate que les entreprises « vérificatrices » ont, en moyenne, un conseil d'administration significativement plus grand (14 membres) que les autres entreprises (11 membres). Si nous n'observons pas de différence significative entre les deux groupes d'entreprises pour la présence de femmes au sein du CA, il n'en est pas de même pour ce qui est de l'indépendance des membres du CA. Cependant, pour cette variable, les différences sont significatives à hauteur de 10% pour l'année 2008 (2008 : z = -1,681; sig.= 0,093) et pour les données

poolées (2007-2008 : z = -1,751 ; sig.= 0,080). En moyenne, le pourcentage de membres indépendants est plus important dans les entreprises qui vérifient leurs informations sociétales que dans celles qui ne vérifient pas ces mêmes informations (pour 2008 : 53% contre 45%).

Variables structurelles

Pour la taille de l'entreprise, mesurée par le logarithme de l'actif, des différences significatives au seuil de 1% existent entre les deux groupes d'entreprises (2007-2008 : z = -8,889 ; sig.= 0,000). On constate donc que les entreprises qui mettent en place une vérification sociétale sont, en moyenne, de plus grande taille que celles qui n'ont pas réalisé cette vérification (le log de l'actif est de 4,575 pour les entreprises « vérificatrices » et de 3,585 pour les « non vérificatrices »).

Variables liées à la pression médiatique

Pour l'ensemble des tests d'égalité des paramètres effectués sur les variables liées à la pression médiatique, les résultats viennent confirmer l'existence de différences significatives au seuil de 1% entre les deux groupes d'entreprises. Concernant la variable MEDIA qui mesure le niveau d'exposition des entreprises aux médias, il apparaît des différences significatives entre les deux groupes d'entreprises (2007-2008 : z = -7,790 ; sig.= 0,000). Ainsi, pour le niveau d'exposition aux médias, mesuré par le nombre d'articles parus dans la presse, les entreprises « vérificatrices » ont en moyenne plus d'articles de presse à leur sujet (20 articles en moyenne pour 2007 et 2008) que les entreprises « non vérificatrices » (5 articles en moyenne pour 2007 et 2008). Les résultats mettent également en évidence l'existence de différences significatives de la variable légitimité médiatique, mesurée par le coefficient JF, pour les entreprises « vérificatrices » et « non vérificatrices » (2007-2008 : z = -7,085 ; sig.= 0,000). Ainsi, s'agissant de la légitimité médiatique, le calcul des moyennes montre que le coefficient JF est plus important pour les entreprises qui ne vérifient pas les informations sociétales (coefficient égal à 0,212 pour 2008) que pour les autres (coefficient égal à 0,059 pour 2008).

Autres variables institutionnelles

Le test de *Mann-Whitney* met en exergue l'existence, entre les deux groupes d'entreprises, de différences significatives au seuil de 1% pour les variables liées au positionnement de l'entreprise en matière de RSE. Les entreprises « vérificatrices » sont des entreprises ayant une position en matière de RSE déjà formalisée (publication d'un rapport développement durable et existence d'une structure interne en charge de la RSE) (2007-2008 : z = -10,762 ; sig.= 0,000). Il en est de même pour la présence des entreprises dans des indices boursiers socialement responsables (2007-2008 : z = -8,809 ; sig.= 0,000). En moyenne, les entreprises qui vérifient leurs informations sociétales sont dans plus de deux indices boursiers développement durable, alors que celles qui ne vérifient pas sont dans moins d'un indice. Enfin, concernant la variable AUDIT, il existe également des différences significatives au seuil de 1% entre les deux groupes d'entreprises (2007-2008 : z = -4,926 ; sig.= 0,000). Ainsi, en moyenne, les deux auditeurs financiers des entreprises « vérificatrices » appartiennent aux grands cabinets d'audit internationaux alors que cela n'est pas le cas pour les entreprises « non vérificatrices ».

3.2. TEST DU KHI-DEUX D'INDEPENDANCE

Les variables dichotomiques sont testées à l'aide de la statistique du Khi-deux d'indépendance. Le test du Khi-deux d'indépendance teste l'hypothèse selon laquelle les deux variables sont indépendantes. Le tableau suivant résume les résultats obtenus pour les années 2007, 2008 puis 2007-2008.

Tableau 25 : Test du Khi-deux d'indépendance

2007		**Pourcentage %**		**Test d'indépendance**	
		G 1	**G 2**	**Khi-deux**	**Significativité**
DIF	0	70,4	50,0	4,651	0,031**
	1	29,6	50,0		
CUMUL	0	49,4	56,4	0,521	0,471 NS
	1	50,6	43,6		
SECTEUR	0	34,6	23,1	1,630	0,202 NS
	1	65,4	76,9		
COT	0	42,0	10,3	12,240	0,000 ***
	1	58,0	89,7		
2008		**Pourcentage %**		**Test d'indépendance**	
		G 1	**G 2**	**Khi-deux**	**Significativité**
DIF	0	71,3	51,3	4,578	0,032 **
	1	28,8	48,7		
CUMUL	0	53,8	55,0	0,017	0,897 NS
	1	46,3	45,0		
SECTEUR	0	35,0	22,5	1,954	0,162 NS
	1	65,0	77,5		
COT	0	42,5	10,0	13,017	0,000 ***
	1	57,5	90,0		
2007-2008		**Pourcentage %**		**Test d'indépendance**	
		G 1	**G 2**	**Khi-deux**	**Significativité**
DIF	0	70,8	50,6	9,219	0,002 ***
	1	29,2	49,4		
CUMUL	0	41,6	55,7	0,365	0,546 NS
	1	48,4	44,3		
SECTEUR	0	34,6	23,1	3,577	0,059 *
	1	65,4	76,9		
COT	0	42,2	10,1	25,251	0,000 ***
	1	57,8	89,9		

Légende :

- Khi-deux : test d'indépendance entre deux variables qualitatives (H0: les deux variables sont indépendantes) ; Rejet de H0 : *** significatif au seuil de 1%, **significatif au seuil de 5%, * significatif au seuil de 10%, ns: non significatif
- Groupes : G1 : Groupe 1 : entreprises « non vérificatrices »
  G2 : Groupe 2 : entreprises « vérificatrices »
- Variables explicatives : DIF : diffusion du capital ; CUMUL : cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration ; SECTEUR : appartenance à un secteur sensible ; COT : cotation multiple ; AUD : appartenance de l'auditeur financier à un Big 4.

Seuil de significativité : *** (p<0,01), ** (p<0,05) et * (p<0,1).

Des résultats obtenus par le test du Khi-deux d'indépendance, nous tirons les commentaires suivants :

Variables de gouvernance

Au vu des résultats du test du Khi-deux d'indépendance, on constate que pour la présence d'un actionnariat diffus au sein des entreprises de l'échantillon, il existe des différences significatives entre les entreprises « vérificatrices » et « non vérificatrices » (2007-2008 : Khi-deux = 9,219 ; sig.= 0,002). Pour les deux années de l'étude, 50% des entreprises « vérificatrices » ont un capital diffus contre 30% des entreprises « non vérificatrices ». Cependant, concernant le cumul des fonctions de DG et de président du CA, l'existence de différences significatives entre les entreprises « vérificatrices » et « non vérificatrices » n'a pas pu être mise en exergue.

Variables structurelles

Pour l'appartenance des entreprises à des secteurs considérés comme sensibles, le test du Khi-deux met en exergue des différences significatives au seuil de 10% pour les données poolées entre les deux groupes d'entreprises (2007-2008 : Khi-deux = 3,557 ; sig.= 0,059). Ainsi, plus de 77% des entreprises « vérificatrices » font partie d'un secteur sensible contre 65% des entreprises « non vérificatrices ». Ces différences n'ont pas pu être mises en exergue pour les données annuelles.

Variable réglementaire

S'agissant de la multicotation des entreprises, le test du Khi-deux met en évidence des différences significatives au seuil de 1% entre les entreprises qui réalisent une vérification sociétale et celles qui ne réalisent pas de vérification sociétale. Ces différences sont significatives pour chaque année de l'étude ainsi que pour les données poolées (2007-2008 : Khi-deux = 25,251 ; sig.= 0,000). Ainsi, 90% des entreprises vérifiant leurs informations sociétales sont multicotées contre moins de 58% pour les entreprises ne vérifiant pas leurs informations sociétales.

SECTION 3 –TEST DU MODELE ET DES HYPOTHESES

Les régressions sont les méthodes explicatives les plus utilisées en sciences sociales. Les méthodes statistiques à mettre en œuvre pour tester les relations entre des variables sont liées au type de données à traiter (Evrard et al., 2003). L'existence d'une variable dépendante binaire nous amène à utiliser des régressions logistiques. Selon Tenenhaus (2007), la régression logistique peut être étudiée par des régressions simples et des régressions multiples.

Nous présentons tout d'abord les régressions logistiques binaires simples (1). Puis nous étudions les régressions logistiques binaires multiples (2).

1. LES REGRESSIONS LOGISTIQUES BINAIRES SIMPLES

Les régressions simples permettent d'étudier la liaison entre une variable dépendante *y* (le recours ou non à une vérification sociétale) et une autre variable indépendante *x*. Ainsi, lors de la régression simple, chacune des variables explicatives est étudiée séparément. La régression simple ne tient pas compte des autres facteurs.

Nous présentons les régressions logistiques simples annuelles pour 2007 et 2008 (1.1), puis nous exposons les résultats des régressions logistiques simples pour les données « poolées » (1.2).

1.1. LES RESULTATS DES REGRESSIONS LOGISTIQUES SIMPLES ANNUELLES

Nous présentons successivement les résultats des régressions logistiques annuelles (1.1.1 et 1.1.2). Même si les résultats sont présentés de façon globale, les régressions réalisées étant des régressions simples, il s'agit de résultats individuels pour chaque variable explicative étudiée indépendamment les unes des autres.

1.1.1. Les résultats de 2007

Les résultats des régressions logistiques simples pour les données de l'année 2007 sont présentés dans le tableau ci-après.

Tableau 26 : Résultats des régressions simples pour chaque variable en 2007

Statistiques	-2LL	R2 de Cox	R2 de N	β	E.S	Wald	Signif.	Exp(β)
ROA	149,805	,013	,018	-,033	,029	1,336	,248 NS	,967
ENDET	151,056	,002	,003	-,005	,010	,261	,609 NS	,995
DIF	**144,503**	**,038**	**,053**	**,865**	**,406**	**4,549**	**,033 ****	**2,375**
INST	**141,650**	**,037**	**,051**	**,017**	**,008**	**4,187**	**,041 ****	**1,017**
FAM	**141,258**	**,040**	**,056**	**-,026**	**,013**	**4,018**	**,045 ****	**,975**
SAL	145,759	,002	,003	,027	,053	,263	,608 NS	1,028
TAILCA	**139,177**	**,096**	**,134**	**,183**	**,056**	**10,655**	**,001 *****	**1,201**
INDEPCA	149,369	,010	,014	1,011	,937	1,164	,281 NS	2,749
CUMUL	150,818	,004	,006	-,283	,392	,519	,471 NS	,754
FEM	151,293	,000	,001	-,524	2,434	,046	,829 NS	,592
ACTIFS	**111,310**	**,284**	**,396**	**1,911**	**,387**	**24,335**	**,000 *****	**6,758**
SECTEUR	149,659	,014	,019	,566	,446	1,609	,205 NS	1,761
COT	**137,487**	**,109**	**,152**	**1,845**	**,574**	**10,341**	**,001 *****	**6,330**
MEDIA	**138,061**	**,105**	**,146**	**,053**	**,019**	**7,882**	**,005 *****	**1,054**
JF	**140,884**	**,083**	**,116**	**-5,190**	**2,516**	**4,254**	**,039 ****	**,006**
POSITION	**80,069**	**,448**	**,625**	**2,542**	**,444**	**32,734**	**,000 *****	**12,711**
INDBOURDD	**109,371**	**,295**	**,412**	**,982**	**,175**	**31,452**	**,000 *****	**2,671**
AUD	**134,797**	**,129**	**,180**	**1,655**	**,466**	**12,587**	**,000 *****	**5,233**

Légende :

- Variable à expliquer : VERIF : 1 si recours à une vérification sociétale, 0 sinon
- Variables explicatives : ROA : performance financière mesurée par le Return On Asset en % ; ENDET : taux d'endettement ; DIF : diffusion du capital ; INST : pourcentage d'actionnaires institutionnels ; FAM : pourcentage d'actionnaires familiaux ; SAL : pourcentage d'actionnaires salariés ; TAILCA : taille du conseil d'administration ; INDEPCA : indépendance du conseil d'administration en % ; CUMUL : cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration ; FEM : pourcentage de femmes présentes dans le conseil d'administration en % ; ACTIFS : taille de l'entreprise mesurée par le logarithme de l'actif ; SECTEUR : appartenance à un secteur sensible ; COT : cotation multiple ; MEDIA : nombre d'articles de presse ; JF : légitimité médiatique mesurée par le coefficient JF ; POSITION : position de l'entreprise en matière de RSE mesurée par la présence d'un rapport DD et d'une structure DD ; INDBOURDD : présence dans les indices boursiers ; AUD : appartenance de l'auditeur financier à un Big 4.

Seuil de significativité : *** (p<0,01), ** (p<0,05) et * (p<0,1).

Les résultats des régressions logistiques simples pour 2007 montrent que les R^2 sont pour la plupart faibles, à l'exception des variables ACTIFS (R^2_N = 0,396), POSITION (R^2_N = 0,625) et INDBOURDD (R^2_N = 0,412). D'après l'indice -2LL les variables qui expliquent

individuellement le mieux la mise en place d'une vérification sociétale sont : TAILCA, ACTIFS, COT, MEDIA, POSITION, INDBOURDD et AUDIT.

Toujours étudiées individuellement et conformément à l'indice -2LL, le test de *Wald* montre que les variables significatives au seuil de 1% sont : la taille du conseil d'administration (TAILCA), la taille de l'entreprise (ACTIFS), la cotation (COT), la position de l'entreprise en matière de RSE (POSITION), la présence dans des indices RSE (INDBOURDD) et la présence d'audit financier appartenant aux Big four (AUD). D'autres variables sont significatives au seuil de 5% : la diffusion du capital (DIFF), les actionnaires institutionnels (INST) et familiaux (FAM) et la légitimité médiatique (JF).

Les résultats de ces régressions simples montrent que, conformément à l'hypothèse 3, l'existence d'un capital diffus influence positivement la mise en place d'une vérification sociétale (2007 : β= 0,865 ; sig.= 0,033). De même, la présence d'actionnaires institutionnels influence positivement le recours à une vérification sociétale (2007 : β= 0,017; sig.= 0,041). Ce résultat est en conformité avec l'hypothèse 4a. S'agissant de la présence d'actionnaires familiaux au sein des entreprises, elle a un impact négatif sur la mise en place d'une vérification sociétale (2007 : β= -0,26; sig.= 0,045). Inversement à l'hypothèse 5, la taille du CA semble influencer positivement le recours à une vérification sociétale (2007 : β= 0,183; sig.= 0,001). En accord avec l'hypothèse 9, la taille de l'entreprise est positivement reliée à la mise en place d'une vérification sociétale (2007 : β= 1,911; sig.= 0,000). S'agissant de la cotation de l'entreprise (hypothèse 11), celle-ci a un impact positif sur le recours à une vérification sociétale (2007 : β= 1,845; sig.= 0,001). Les résultats montrent également que les variables liées à la pression médiatique ont une influence sur le recours à une vérification sociétale, conformément aux hypothèses 12 et 13. En effet, l'exposition médiatique (MEDIA) a un impact positif (2007 : β= 0,053; sig.= 0,005) et la légitimité médiatique (JF) a un impact négatif sur le recours à une vérification sociétale (2007 : β= -5,190; sig.= 0,039). D'autre part, les hypothèses 14 et 15 sont également confirmées. Le positionnement de l'entreprise en matière de RSE influence positivement la mise en place d'une vérification sociétale (2007 : POSITION : β= 2,542; sig.= 0,000 ; INDBOURDD : β= 0,982 ; sig.= 0,000). De même, l'appartenance des auditeurs aux grands cabinets d'audit internationaux (AUDIT) influence positivement la vérification sociétale (2007 : β=1,655; sig.= 0,000).

1.1.2. Les résultats de 2008

Les résultats des régressions logistiques simples pour les données de l'année 2008 sont présentés dans le tableau 27.

Tableau 27 : Résultats des régressions simples pour chaque variable en 2008

Statistiques	-2LL	R2 de Cox	R2 de N	β	E.S	Wald	Signif.	Exp(β)
ROA	150,504	,000	,001	-,005	,024	,046	,830 NS	,995
ENDET	150,278	,002	,003	-,004	,009	,249	,618 NS	,996
DIF	143,318	,041	,058	,908	,408	4,953	,026 **	2,478
INST	142,649	,022	,031	,013	,008	2,539	,111 NS	1,013
FAM	141,569	,031	,044	-,021	,012	3,218	,073 *	,979
SAL	143,039	,019	,026	,076	,052	2,142	,143 NS	1,079
TAILCA	**140,064**	**,084**	**,117**	**,173**	**,057**	**9,245**	**,002 *****	**1,189**
INDEPCA	146,034	,031	,043	1,801	,951	3,585	,058 *	6,057
CUMUL	150,474	,001	,001	-,108	,393	,075	,784 NS	,898
FEM	150,427	,001	,001	,817	2,333	,123	,726 NS	2,265
ACTIFS	**101,867**	**,336**	**,468**	**2,238**	**,435**	**26,414**	**,000 *****	**9,375**
SECTEUR	148,755	,015	,021	,585	,447	1,716	,190 NS	1,795
COT	**136,365**	**,112**	**,157**	**1,867**	**,574**	**10,569**	**,001 *****	**6,467**
MEDIA	**133,261**	**,135**	**,188**	**,054**	**,017**	**10,021**	**,002 *****	**1,056**
JF	145,284	,043	,060	-1,496	,743	4,052	,044 **	,224
POSITION	**82,935**	**,433**	**,604**	**2,555**	**,471**	**29,392**	**,000 *****	**12,866**
INDBOURDD	**113,579**	**,267**	**,372**	**,885**	**,165**	**28,868**	**,000 *****	**2,423**
AUD	**140,420**	**,082**	**,114**	**1,233**	**,422**	**8,523**	**,004 *****	**3,432**

Légende :

- Variable à expliquer : VERIF : 1 si recours à une vérification sociétale, 0 sinon
- Variables explicatives : ROA : performance financière mesurée par le Return On Asset en % ; ENDET : taux d'endettement ; DIF : diffusion du capital ; INST : pourcentage d'actionnaires institutionnels ; FAM : pourcentage d'actionnaires familiaux ; SAL : pourcentage d'actionnaires salariés ; TAILCA : taille du conseil d'administration ; INDEPCA : indépendance du conseil d'administration en % ; CUMUL : cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration ; FEM : pourcentage de femmes présentes dans le conseil d'administration en % ; ACTIFS : taille de l'entreprise mesurée par le logarithme de l'actif ; SECTEUR : appartenance à un secteur sensible ; COT : cotation multiple ; MEDIA : nombre d'articles de presse ; JF : légitimité médiatique mesurée par le coefficient JF ; POSITION : position de l'entreprise en matière de RSE mesurée par la présence d'un rapport DD et d'une structure DD ; INDBOURDD : présence dans les indices boursiers ; AUD : appartenance de l'auditeur financier à un Big 4.

Seuil de significativité : *** (p<0,01), ** (p<0,05) et * (p<0,1).

Les conclusions sont quasiment identiques à celles observées pour l'année 2007. Ainsi, comme en 2007, les R^2 les plus élevés concernent les variables ACTIFS (R^2_N = 0,468), POSITION (R^2_N = 0,604) et INDBOURDD (R^2_N = 0,373). D'après l'indice -2LL, les variables qui expliquent individuellement le mieux la mise en place d'une vérification sociétale sont en 2008 les variables : TAILCA, ACTIFS, COT, MEDIA, POSITION, INDBOURDD et AUDIT. Plusieurs variables sont significatives au regard de la statistique de *Wald* au seuil de 1%, 5% et 10%. Il s'agit des variables : DIF, FAM, TAILCA, INDEPCA, ACTIFS, COT, MEDIA, JF, POSITION, INDBOURDD et AUD.

S'agissant de l'influence des variables explicatives sur le recours à une vérification sociétale, les résultats des régressions simples de 2008 sont identiques à ceux de 2007 concernant l'existence d'un capital diffus, l'actionnariat familial, la taille du CA, la taille et la multicotation des entreprises, l'exposition et la légitimité médiatique, le positionnement de l'entreprise en matière de RSE ainsi que l'appartenance des auditeurs aux cabinets d'audit internationaux. Cependant, des différences existent entre les deux années d'étude concernant l'actionnariat institutionnel et l'indépendance du CA. Concernant l'actionnariat institutionnel, cette variable n'a, ici, pas d'influence significative sur le recours à une vérification sociétale. Quant à l'indépendance des membres du CA, elle influence positivement le recours à une vérification sociétale (2008 : β= 1,801; sig.= 0,058). Ce résultat est en conformité avec l'hypothèse 6.

1.2. LES RESULTATS DES REGRESSIONS LOGISTIQUES SIMPLES « POOLEES »

Les résultats des régressions logistiques simples pour les données poolées sont présentés dans le tableau 28.

Tableau 28 : Résultats des régressions simples pour chaque variable en 2007-2008

Statistiques	-2LL	R2 de Cox	R2 de N	β	E.S	Wald	Signif.	Exp(β)
ROA	300,955	,004	,005	-,017	,017	,913	,339 NS	,984
ENDET	301,393	,002	,003	-,004	,006	,460	,498 NS	,996
DIF	**287,830**	**,039**	**,055**	**,886**	**,288**	**9,495**	**,002 *****	**2,426**
INST	285,435	,025	,035	,014	,006	5,679	,017 **	1,014
FAM	**283,125**	**,034**	**,048**	**-,023**	**,009**	**7,028**	**,008 *****	**,977**
SAL	289,122	,009	,013	,054	,037	2,168	,141 NS	1,056
TAILCA	**277,114**	**,098**	**,137**	**,185**	**,040**	**21,519**	**,000 *****	**1,204**
INDEPCA	295,573	,020	,028	1,436	,669	4,615	,032 **	4,206
CUMUL	301,621	,001	,002	-,144	,277	,269	,604 NS	,866
FEM	301,821	,000	,000	,444	1,678	,070	,791 NS	1,559
ACTIFS	**213,588**	**,309**	**,431**	**2,063**	**,289**	**50,881**	**,000 *****	**7,869**
SECTEUR	298,418	,014	,020	,575	,316	3,324	,068 *	1,778
COT	**270,920**	**,122**	**,169**	**2,004**	**,427**	**22,011**	**,000 *****	**7,416**
MEDIA	**270,805**	**,122**	**,170**	**,054**	**,013**	**18,167**	**,000 *****	**1,056**
JF	**289,091**	**,052**	**,073**	**-2,122**	**,743**	**8,150**	**,004 *****	**,120**
POSITION	**155,332**	**,458**	**,639**	**2,739**	**,356**	**59,198**	**,000 *****	**15,470**
INDBOURDD	**223,122**	**,281**	**,391**	**,932**	**,120**	**60,288**	**,000 *****	**2,539**
AUD	**275,685**	**,104**	**,145**	**1,435**	**,312**	**21,095**	**,000 *****	**4,198**

Légende :

- Variable à expliquer : VERIF : 1 si recours à une vérification sociétale, 0 sinon
- Variables explicatives : ROA : performance financière mesurée par le Return On Asset en % ; ENDET : taux d'endettement ; DIF : diffusion du capital ; INST : pourcentage d'actionnaires institutionnels ; FAM : pourcentage d'actionnaires familiaux ; SAL : pourcentage d'actionnaires salariés ; TAILCA : taille du conseil d'administration ; INDEPCA : indépendance du conseil d'administration en % ; CUMUL : cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration ; FEM : pourcentage de femmes présentes dans le conseil d'administration en % ; ACTIFS : taille de l'entreprise mesurée par le logarithme de l'actif ; SECTEUR : appartenance à un secteur sensible ; COT : cotation multiple ; MEDIA : nombre d'articles de presse ; JF : légitimité médiatique mesurée par le coefficient JF ; POSITION : position de l'entreprise en matière de RSE mesurée par la présence d'un rapport DD et d'une structure DD ; INDBOURDD : présence dans les indices boursiers ; AUD : appartenance de l'auditeur financier à un Big 4.

Seuil de significativité : *** (p<0,01), ** (p<0,05) et * (p<0,1).

Les résultats sur l'ensemble des observations font ressortir, tout comme pour les régressions annuelles, que les R^2 les plus élevés concernent la variable liée à la taille de l'entreprise mesurée par le logarithme de l'actif (R^2_N = 0,431), la position de l'entreprise en matière de RSE (R^2_N = 0,639) et la présence dans des indices RSE (R^2_N = 0,391). De plus, les résultats

font ressortir l'existence d'une association significative au seuil de 1% entre la variable à expliquer VERIF et les variables explicatives : DIF, FAM, TAILCA, ACTIFS, COT, MEDIA, JF, POSITION, INDBOURDD et AUDIT. Les variables INST et INDEPCA sont significatives au seuil de 5%. Enfin, le secteur d'activité apparait significatif au seuil de 10%.

Les résultats des régressions effectuées avec les données poolées sont conformes à ceux des régressions effectuées avec les données annuelles. Tout d'abord, ils montrent que l'existence d'un capital diffus influence positivement la mise en place d'une vérification sociétale (2007-2008 : β= 0,886 ; sig.= 0,002). Le sens de la relation établi dans l'hypothèse 3 est confirmé. Concernant la présence d'actionnaires institutionnels au sein des entreprises (hypothèse 4a), elle a un impact positif sur la mise en place d'une vérification sociétale (2007-2008 : β= 0,014; sig.= 0,017). S'agissant des actionnaires familiaux (hypothèse 4b), leur présence a un impact négatif sur le recours à une vérification sociétale (2007-2008 : β= -0,023; sig.= 0,008). Contrairement à l'hypothèse 5, la taille du CA influence positivement le recours à une vérification sociétale (2007-2008 : β= 0,185; sig.= 0,000). Ensuite, en accord avec l'hypothèse 6, l'indépendance du CA a une influence positive sur la mise en place d'une vérification sociétale (2007-2008 : β= 1,436; sig.= 0,032). La taille de l'entreprise est également positivement reliée à la mise en place d'une vérification sociétale (2007-2008 : β= 2,063; sig.= 0,000). Concernant la multicotation des entreprises et conformément à l'hypothèse 11, les résultats suggèrent que la multicotation a un impact positif sur le recours à une vérification sociétale (2007-2008 : β= 2,004; sig.= 0,000). Comme le suggèrent les résultats précédents et conformément aux hypothèses 12 et 13, les variables liées à la pression médiatique ont une influence sur le recours à une vérification sociétale. L'exposition médiatique (MEDIA) a un impact positif (2007-2008 : β= 0,054; sig.= 0,000) et la légitimité médiatique (JF) a un impact négatif sur le recours à une vérification sociétale (2007-2008 : β= -2,122; sig.= 0,004). Concernant le positionnement de l'entreprise en matière de RSE, celui-ci a une influence positive sur la mise en place d'une vérification sociétale (2007-2008 : POSITION : β= 2,739; sig.= 0,000 ; INDBOURDD : β= 0,932 ; sig.= 0,000). Enfin, conformément à l'hypothèse 15, l'appartenance des auditeurs aux grands cabinets d'audit internationaux (AUDIT) influence positivement la mise en place d'une vérification sociétale (2007-2008 : β=1,435; sig.= 0,000).

Les régressions logistiques simples ont permis d'avoir un premier aperçu de la relation entre la variable à expliquer VERIF et les variables explicatives prises de façon individuelle. Pour les trois séries de régressions simples, les variables relatives à la taille de l'entreprise ACTIFS, à la position de l'entreprise en matière de RSE (publication d'un rapport développement durable et mise en place d'une structure RSE) POSITION et à la présence dans des indices socialement responsables INDBOURDD semblent expliquer le mieux le recours des entreprises à une vérification de leurs informations sociétales. Cependant, la régression simple ne permettant d'étudier que les variables explicatives individuellement sans prise en compte de l'ensemble des variables dans un modèle multivarié, il est nécessaire d'effectuer des régressions multiples afin de permettre de valider nos hypothèses de recherche au regard d'un modèle comportant un ensemble de variables explicatives.

2. LES REGRESSIONS LOGISTIQUES BINAIRES MULTIPLES

La principale limite des régressions simples réside dans la prise en compte d'un seul facteur pour expliquer une variable dépendante. Pour résoudre ce problème, des régressions multiples sont utilisées. Les régressions multivariées permettent d'étudier la liaison entre une variable dépendante y (le recours à une vérification sociétale) et un ensemble de variables indépendantes $x_1,\ldots, x_k$.

Nous effectuons tout d'abord les régressions logistiques multivariées par année puis en données « poolées » (2.1). Pour compléter ces régressions nous procédons à des régressions logistiques *Backward* qui permettent une sélection des variables les plus significatives dans le modèle (2.2).

2.1. LES REGRESSIONS LOGISTIQUES MULTIVARIEES

Dans un premier temps, nous présentons et commentons les résultats obtenus pour les données annuelles de 2007 et de 2008 (2.1.1). Les résultats obtenus pour les données « poolées » sont exposés dans un second temps (2.1.2).

2.1.1. Les résultats des régressions logistiques multivariées annuelles

L'objectif des régressions annuelles est d'étudier les similitudes annuelles entre les déterminants de la vérification sociétale, mais également les évolutions qu'il y a eu au cours des deux années.
Pour chaque régression, nous procédons à l'examen des R^2 qui représentent la variance expliquée par le modèle. Nous étudions ensuite la signification des variables indépendantes à partir des coefficients de *Wald*. Enfin, on procède à l'interprétation des rapports de cote (Exp(β)).

Les tableaux 29 présentent, pour chaque année de l'étude, la qualité d'ajustement du modèle et le test multivarié des hypothèses.

Tableau 29 : Tests de spécification et qualité d'ajustement des modèles 2007 et 2008

Tests de spécification					
Khi-deux		**Ddl**		**Signif.**	
2007	**2008**	**2007**	**2008**	**2007**	**2008**
113,015	111,920	18	18	0,000	0,000

Qualité d'ajustement							
-2log-vraisemblance		**R^2 de Cox et Snell**		**R^2 de Nagelkerke**		**Pourcentage correct**	
2007	**2008**	**2007**	**2008**	**2007**	**2008**	**2007**	**2008**
32,237	32,559	0,623	0,622	0,872	0,870	96,6	91,3

Dans les régressions annuelles de 2007 et 2008, les R^2 de Nagelkerke s'élèvent respectivement à 0.872 et 0.870. Pour juger la qualité d'ajustement, le -2log (vraisemblance) est également examiné. Si le modèle s'ajuste médiocrement, cette statistique aura une valeur élevée et si le modèle s'ajuste bien aux données, la valeur sera faible (Bressoux, 2008). Pour 2007, le -2LL est de 32,237 et pour 2008, il est de 32,559. Le pourcentage total permet également de vérifier la force du modèle. Dans les modèles logistiques, le modèle est supposé robuste lorsqu'il permet de classer correctement au moins la moitié des entreprises constituant l'échantillon. Ceci est le cas ici : le pourcentage d'entreprises correctement classées est de 96,6% pour 2007 et de 91,3% pour 2008. On peut donc conclure à la relative robustesse du modèle explicatif proposé.

Les tableaux 30 et 31 présentent successivement les résultats des régressions multiples pour l'année 2007 et 2008.

Tableau 30 : Résultats de la régression multiple pour 2007

Statistiques	β	E.S	Wald	Signif.	Exp(β)
ROA	**-,402**	**,170**	**5,624**	**,018 ****	**,669**
ENDET	-,027	,039	,467	,495 NS	,974
DIF	**4,892**	**2,530**	**3,740**	**,053 ***	**133,192**
INST	,048	,048	,994	,319 NS	1,049
FAM	-,024	,039	,390	,532 NS	,976
SAL	**-,768**	**,365**	**4,427**	**,035 ****	**,464**
TAILCA	-,440	,307	2,053	,152 NS	,644
INDEPCA	-7,905	6,322	1,564	,211 NS	,000
CUMUL	**-3,821**	**1,752**	**4,757**	**,029 ****	**,456**
FEM	**34,627**	**15,628**	**4,910**	**,027 ****	**1091868932524373,0**
ACTIFS	**2,736**	**1,593**	**2,951**	**,086 ***	**15,430**
SECTEUR	**7,385**	**2,683**	**7,578**	**,006 *****	**1611,087**
COT	-2,629	2,091	1,581	,209 NS	,072
MEDIA	-,003	,033	,006	,937 NS	,997
JF	**-19,976**	**8,236**	**5,883**	**,015 ****	**,000**
POSITION	**5,780**	**2,059**	**7,883**	**,005 *****	**323,828**
INDBOURDD	**2,623**	**,950**	**7,619**	**,006 *****	**13,778**
AUD	2,285	1,658	1,899	,168 NS	9,829
Constante	**-24,792**	**8,816**	**7,908**	**,005 *****	**,000**

Légende :

- Variable à expliquer : VERIF : 1 si recours à une vérification sociétale, 0 sinon
- Variables explicatives : ROA : performance financière mesurée par le Return On Asset en % ; ENDET : taux d'endettement ; DIF : diffusion du capital ; INST : pourcentage d'actionnaires institutionnels ; FAM : pourcentage d'actionnaires familiaux ; SAL : pourcentage d'actionnaires salariés ; TAILCA : taille du conseil d'administration ; INDEPCA : indépendance du conseil d'administration en % ; CUMUL : cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration ; FEM : pourcentage de femmes présentes dans le conseil d'administration en % ; ACTIFS : taille de l'entreprise mesurée par le logarithme de l'actif ; SECTEUR : appartenance à un secteur sensible ; COT : cotation multiple ; MEDIA : nombre d'articles de presse ; JF : légitimité médiatique mesurée par le coefficient JF ; POSITION : position de l'entreprise en matière de RSE mesurée par la présence d'un rapport DD et d'une structure DD ; INDBOURDD : présence dans les indices boursiers ; AUD : appartenance de l'auditeur financier à un Big 4.

Seuil de significativité : *** (p<0,01), ** (p<0,05) et * (p<0,1).

Tableau 31 : Résultats de la régression multiple pour 2008

Statistiques	β	E.S	Wald	Signif.	Exp(β)
ROA	-,105	,152	,474	,491 NS	,901
ENDET	-,015	,047	,096	,756 NS	,985
DIF	4,378	3,100	1,995	,158 NS	79,676
INST	-,024	,037	,407	,524 NS	,977
FAM	,084	,074	1,302	,254 NS	1,088
SAL	,095	,127	,558	,455 NS	1,099
TAILCA	**-1,027**	**,568**	**3,275**	**,070 ***	**,358**
INDEPCA	3,779	5,776	,428	,513 NS	43,765
CUMUL	**-4,904**	**2,963**	**2,739**	**,098 ***	**,134**
FEM	8,050	8,380	,923	,337 NS	3135,079
ACTIFS	**12,844**	**6,660**	**3,719**	**,054 ***	**378591,085**
SECTEUR	**5,941**	**3,610**	**2,708**	**,100 ***	**380,266**
COT	**-10,030**	**5,340**	**3,527**	**,060 ***	**,000**
MEDIA	-,004	,036	,015	,903 NS	,996
JF	-4,586	3,350	1,874	,171	,010
POSITION	**5,424**	**2,764**	**3,852**	**,050 ****	**226,831**
INDBOURDD	**3,554**	**2,035**	**3,049**	**,081 ***	**34,948**
AUD	-2,415	1,829	1,744	,187 NS	,089
Constante	**-50,685**	**26,206**	**3,741**	**,053 ***	**,000**

Légende :

- Variable à expliquer : VERIF : 1 si recours à une vérification sociétale, 0 sinon
- Variables explicatives : ROA : performance financière mesurée par le Return On Asset en % ; ENDET : taux d'endettement ; DIF : diffusion du capital ; INST : pourcentage d'actionnaires institutionnels ; FAM : pourcentage d'actionnaires familiaux ; SAL : pourcentage d'actionnaires salariés ; TAILCA : taille du conseil d'administration ; INDEPCA : indépendance du conseil d'administration en % ; CUMUL : cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration ; FEM : pourcentage de femmes présentes dans le conseil d'administration en % ; ACTIFS : taille de l'entreprise mesurée par le logarithme de l'actif ; SECTEUR : appartenance à un secteur sensible ; COT : cotation multiple ; MEDIA : nombre d'articles de presse ; JF : légitimité médiatique mesurée par le coefficient JF ; POSITION : position de l'entreprise en matière de RSE mesurée par la présence d'un rapport DD et d'une structure DD ; INDBOURDD : présence dans les indices boursiers ; AUD : appartenance de l'auditeur financier à un Big 4.

Seuil de significativité : *** (p<0,01), ** (p<0,05) et * (p<0,1).

Au vu des tableaux précédents, plusieurs remarques peuvent être faites. Nous commencons par l'étude des variables significatives sur les deux années puis par l'étude des variables significatives sur l'une des deux années.

Les variables significatives sur 2007 et 2008

L'analyse montre que pour 2007 et 2008, et conformément aux résultats des régressions simples, les variables CUMUL, ACTIFS, POSITION et INDBOURDD sont significatives au cours des deux années. De plus, la variable SECTEUR apparaît également statistiquement

significative au cours des deux années. Les entreprises appartenant à des secteurs sensibles seront incitées à mettre en place une vérification sociétale (2007 : β= 7,385 ; sig.= 0,006 et 2008 : β= 5,941 ; sig. = 0,100). Cela confirme l'hypothèse 10 qui prédisait une influence positive du secteur d'activité sur la mise en place d'une vérification sociétale. Il apparaît également une influence significative et négative du cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration (2007 : β=-3,821 ; sig.=0,029 et 2008 : β= -4,904 ; sig. = 0,098). Ce résultat confirme l'hypothèse 7. Il semble donc que le cumul de ces deux fonctions ait un impact négatif sur le recours à une vérification. De plus, au vu des résultats et conformément à l'hypothèse 9, il apparaît que la taille de l'entreprise a un impact significativement positif sur la variable dépendante VERIF (2007 : β= 2,736 ; sig.=0,086 et 2008 : β= 12,844 ; sig. = 0,054). Les résultats multivariés annuels confirment également l'impact significativement positif des variables liées au positionnement de l'entreprise en matière de RSE (POSITION et INDBOURDD) pour les deux années de l'étude (H14).

Les variables significatives sur 2007 ou 2008

Des différences apparaissent dans la significativité de certaines variables entre les années 2007 et 2008. En 2007, le ROA apparaît significatif au seuil de 5%. Cependant, contrairement à l'hypothèse 1, l'influence de cette variable est négative (β= - 0,402 ; sig. = 0,018). De même, en 2007, les variables liées à la présence d'actionnaires salariés au sein de l'entreprise (SAL) et de femmes administrateurs (FEM) sont significatives au seuil de 5%. Concernant la variable relative à la présence de salariés, l'impact est négatif contrairement à l'hypothèse 4. Pour la présence de femmes, l'influence de cette variable est positive conformément à nos prédictions (H8). Enfin, la variable dilution du capital est positivement significative au seuil de 10%. Cela suggère que plus le capital est diffus et plus les entreprises seront incitées à mettre en place une vérification sociétale.

En 2008, les variables TAILCA (β= -1,027 ; sig.= 0,070) et COT (β= -10,030 ; sig.= 0,060) sont significatives au seuil de 10%. S'agissant de la taille du conseil d'administration, les résultats du rapport de cote suggèrent que plus la taille du CA est grande moins les entreprises seront incitées à mettre en place une vérification sociétale. Cela confirme l'hypothèse 5 relative à la taille du CA. Pour la cotation de l'entreprise, le sens trouvé est négatif à l'inverse de celui prévu (H11). Les entreprises qui ont une multicotation, contrairement aux entreprises cotées sur le seul marché domestique, ne sont pas incitées à mettre en place une vérification sociétale.

2.1.2. Les résultats des régressions logistiques multivariées « poolées »

Après avoir effectué une régression logistique annuelle, des régressions logistiques « poolées » avec effets fixes du temps sont estimées.

Les avantages de la « régression poolée » (*pooled regression*) sont triples. D'une part, elle permet de réduire les exigences en matière de données temporelles. D'autre part, la « régression poolée » permet d'identifier un comportement différent d'une firme par rapport à d'autres firmes comparables. Enfin, elle permet d'amplifier le nombre d'observations entreprises-années (Chabchoub et Mrabet, 2007). Ainsi, les régressions logistiques « poolées » permettent de maximiser la taille de l'échantillon. En se référant à la méthodologie utilisée par Simnett et al. (2009) et par Kolk et Perego (2010) qui ont étudié les déterminants de la vérification sociétale, nous utilisons la méthodologie des régressions logistiques sur des données « poolées » avec effets fixes du temps.

La technique d'estimation avec effet temps consiste à ajouter autant de variables dichotomiques qu'il y a d'années d'observations (moins une) au sein des variables explicatives. L'objectif de la création des ces variables dichotomiques est de permettre de capter un effet « temps » qui peut être utile pour l'analyse des données (De Bourmont, 2009). Ainsi, nous avons créé une nouvelle variable de contrôle aussi appelé variable indicatrice pour l'année (année 2007 : 1 si 2007 et 0 si 2008).

Le modèle de régression logistique intègre alors les effets annuels fixes avec l'ajout de la variable dichotomique « année » (*fixed year effects*). Il devient donc :

$$\begin{aligned} VERIF_i = \alpha \quad & + \beta_1\, ROA_i + \beta_2\, ENDET_i + \beta_3\, DIF_i + \beta_4\, INST_i + \beta_5\, FAM_i + \beta_6\, SAL_i \\ & + \beta_7\, TAILCA_i + \beta_8\, INDEPCA_i + \beta_9\, CUMUL_i + \beta_{10}\, FEM_i + \beta_{11}\, SECTEUR_i \\ & + \beta_{12}\, ACTIFS_i + \beta_{13}\, COT_i + \beta_{14}\, MEDIA_i + \beta_{15}\, JF_i + \beta_{16}\, POSITION_i \\ & + \beta_{17}\, INDBOURDD_i + \beta_{18}\, AUD_i + \textbf{\textit{fixed year effects}} + €_i \end{aligned}$$

Les résultats de la régression logistique « poolée » avec effets fixes du temps sont présentés dans les tableaux ci-dessous.

Tableau 32 : Tests de spécification, qualité d'ajustement et test d'Hosmer et Lemeshow du modèle « poolé » à effets fixes du temps

Tests de spécification			
Khi-deux	**Ddl**	**Signif.**	
200,803	19	0,000	
Qualité d'ajustement			
-2log-vraisemblance	**R^2 de Cox et Snell**	**R^2 de Nagelkerke**	**Pourcentage correct**
88,931	0,581	0,813	90,9
Test d'Hosmer et Lemeshow			
Khi-deux	**Ddl**	**Signif.**	
3,450	8	0,903	

Le R^2 de Nagelkerke s'élève à 0, 813 et le pourcentage total qui permet de vérifier la force du modèle est de 90,9%. Cela signifie que le modèle classe correctement les entreprises dans 90,9 % des cas. Le test d'*Hosmer et Lemeshow* permet d'évaluer l'adéquation du modèle avec les données. Le modèle cerne bien les données car le Khi-deux de *Hosmer et Lemeshow* est égal à 3,450, ce qui donne un niveau de signification de 0,903 (supérieur à 0,05).

Le tableau 33 ci-dessous présente les résultats de la régression multiple pour les données « poolées ».

Tableau 33 : Résultats de la régression multiple pour les données « poolées » à effets fixes temps

Statistiques	β	E.S	Wald	Signif.	Exp(β)
ROA	**-,106**	**,050**	**4,569**	**,033 ****	**,899**
ENDET	-,018	,023	,619	,431 NS	,982
DIF	**1,979**	**,925**	**4,580**	**,032 ****	**7,238**
INST	-,011	,018	,343	,558 NS	,989
FAM	-,004	,019	,047	,828 NS	,996
SAL	-,076	,082	,871	,351 NS	,926
TAILCA	**-,192**	**,110**	**3,045**	**,081 ***	**,826**
INDEPCA	-,326	2,134	,023	,879 NS	,722
CUMUL	**-2,270**	**,790**	**8,261**	**,004 *****	**,967**
FEM	**9,347**	**4,711**	**3,936**	**,047 ****	**11462,461**
ACTIFS	**3,008**	**,903**	**11,107**	**,001 *****	**20,253**
SECTEUR	**3,706**	**1,176**	**9,929**	**,002 *****	**40,709**
COT	**-2,931**	**1,162**	**6,365**	**,012 ****	**,053**
MEDIA	,002	,016	,014	,906 NS	1,002
JF	**-3,833**	**1,433**	**7,156**	**,007 *****	**,022**
POSITION	**3,110**	**,679**	**20,973**	**,000 *****	**22,415**
INDBOURDD	**1,590**	**,429**	**13,762**	**,000 *****	**4,906**
AUD	,485	,756	,411	,522 NS	1,623
Année	,208	,575	,130	,718 NS	1,231
Constante	**-,106**	**,050**	**4,569**	**,033 ****	**,899**

Légende :

- Variable à expliquer : VERIF : 1 si recours à une vérification sociétale, 0 sinon
- Variables explicatives : ROA : performance financière mesurée par le Return On Asset en % ; ENDET : taux d'endettement ; DIF : diffusion du capital ; INST : pourcentage d'actionnaires institutionnels ; FAM : pourcentage d'actionnaires familiaux ; SAL : pourcentage d'actionnaires salariés ; TAILCA : taille du conseil d'administration ; INDEPCA : indépendance du conseil d'administration en % ; CUMUL : cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration ; FEM : pourcentage de femmes présentes dans le conseil d'administration en % ; ACTIFS : taille de l'entreprise mesurée par le logarithme de l'actif ; SECTEUR : appartenance à un secteur sensible ; COT : cotation multiple ; MEDIA : nombre d'articles de presse ; JF : légitimité médiatique mesurée par le coefficient JF ; POSITION : position de l'entreprise en matière de RSE mesurée par la présence d'un rapport DD et d'une structure DD ; INDBOURDD : présence dans les indices boursiers ; AUD : appartenance de l'auditeur financier à un Big 4.

Seuil de significativité : *** (p<0,01), ** (p<0,05) et * (p<0,1).

Au vu des résultats présentés dans les tableaux précédents plusieurs remarques peuvent être faites :

Les résultats obtenus à l'aide de la régression logistique « poolée » avec effets fixes du temps sont dans l'ensemble cohérents avec les résultats précédents. Ainsi, de façon globale, les résultats obtenus à partir des données « poolées » montrent que six variables sont

significatives au seuil de 1% : CUMUL, ACTIFS, SECTEUR, JF, POSITION, INDBOURDD. Quatre variables sont significatives au seuil de 5% : ROA, DIF, FEM, COT. La variable TAILCA est significative au seuil de 10%. Il est alors intéressant de revenir en détail sur chacun des résultats.

Variables économiques

Les résultats de la régression logistique avec les effets fixes du temps montrent que la performance (ROA) est significative et négative au seuil de 5%. Contrairement à l'hypothèse 1 formulée dans le chapitre précédent, ce résultat suggère que les entreprises qui ont une mauvaise performance financière seront plus enclines que les autres à mettre en place une vérification sociétale (β= -0,106 ; sig. = 0,033). Conforment aux résultats précédents, l'endettement n'apparaît pas significatif, cela suppose donc l'absence de lien entre le niveau d'endettement des entreprises et le recours à une vérification sociétale. L'hypothèse 2 relative au niveau d'endettement des entreprises est donc rejetée (β= -0,018 ; sig. = 0,432).

Variables de gouvernance

La variable liée à la diffusion du capital apparaît significative au seuil de 5%. Ainsi, la diffusion du capital des entreprises a un impact positif sur la décision de recourir à une vérification (β= 1,979 ; sig. = 0,032). Dans cette régression, l'hypothèse 3 est alors vérifiée. L'influence de la taille du Conseil d'Administration est négative et significative au seuil de 10%. En accord avec nos prédictions (H5), les entreprises qui ont un conseil de petite taille sont plus susceptibles que les autres d'avoir recours à une vérification (β= -0,192 ; sig. = 0,081). Concernant le cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration, une influence négative sur la vérification sociétale est visible (β= -2,270 ; sig. = 0,004). L'hypothèse 7 est donc validée. Enfin, la présence de femmes apparaît également significative. L'influence de cette variable sur la vérification sociétale est cependant positive (β= 9,347 ; sig. = 0,047). Ainsi, conformément à l'hypothèse 8, la présence de femmes au sein du conseil d'administration semble avoir une influence positive sur le recours à une vérification.

Variables structurelles

A la lecture des résultats, les deux variables structurelles ont une influence significative et positive sur la mise en place d'une vérification sociétale. En accord avec l'hypothèse 5, le recours à une vérification est influencée positivement par la taille de l'entreprise (β= 3,008 ; sig. = 0,001). De même, l'appartenance de l'entreprise à un secteur d'activité considéré sensible influence positivement la vérification sociétale (β= 3,706 ; sig. = 0,002).

Variable réglementaire

Les résultats font ressortir l'existence d'une association significative et négative au seuil de 5% entre la variable à expliquer VERIF et la variable explicative qui concerne la cotation des entreprises sur plusieurs marchés (β= -2,903 ; sig. = 0,012). Contrairement à l'hypothèse 11, les entreprises cotées uniquement sur le marché français sont plus incitées à réaliser une vérification sociétale que celles qui sont multicotées.

Variables liées à la pression médiatique

Malgré l'absence de significativité de la variable MEDIA sur le recours à une vérification sociétale (H12), l'existence d'un impact significatif du coefficient de JF est mise en exergue (H13). L'hypothèse relative à l'existence d'un lien négatif entre la légitimité médiatique mesurée par le coefficient JF et le recours à une vérification sociétale est donc vérifiée (β= -3,833 ; sig. = 0,007).

Variables liées au positionnement de l'entreprise en matière de RSE

Conformément aux régressions précédentes, les deux variables liées au positionnement de l'entreprise en matière de RSE sont significatives au seuil de 1%. La présence des entreprises dans plusieurs indices socialement responsables a un impact positif sur le recours à une vérification sociétale (β= 1,590 ; sig. = 0,000). De plus, la présence d'un rapport de développement durable et d'un service spécialisé RSE (variable nommée POSITION) influence également positivement la mise en place d'une vérification (β= 3,110 ; sig. = 0,000). L'hypothèse 14 est donc vérifiée.

Malgré l'obtention de résultats intéressants par la méthode directe, il est nécessaire de réaliser des régressions logistiques automatisées. En effet, la recherche étant récente et encore peu explorée, Desjardin (2007) préconise de réaliser des régressions « automatisées » permettant la sélection de variables déterminantes pour expliquer la variable dépendante, ceci afin d'obtenir des résultats fiables.

2.2. LES REGRESSIONS LOGISTIQUES AVEC SELECTION DE VARIABLES

Les analyses précédentes comportent des limites liées à un nombre de variables trop important. Ainsi, nous utilisons la méthode de la régression logistique automatisée pour sélectionner les variables explicatives et en réduire leur nombre.
La régression logistique automatisée, aussi appelée régression logistique *stepwise*, est utilisée lorsque le champ de recherche est peu exploré et que la connaissance des variables prédictives possibles est limitée (Desjardin, 2007). Cette technique permet de conserver les meilleurs prédicteurs de l'ensemble des variables incluses dans le modèle. Avec SPSS, il s'agit de sélectionner la méthode descendante (*Forward*) ou ascendante (*Backward*) pas à pas (Desjardin, 2007 ; Tabachnick et Fidell, 2000). La méthode utilisée dans la présente recherche est le *Backward*, elle procède par éliminations successives des variables à partir du test de *Wald*.

La méthode *Backward* procéde selon les étapes suivantes :
- Début de l'analyse avec la totalité des variables
- Estimation des paramètres de la régression logistique
- Détection parmi les coefficients de celui qui présente la statistique de *Wald* la plus faible
- Vérification de la significativité en comparant la p-value du test avec le risque de première espèce α. Si p-value $\leq \alpha$, la variable est conservée. Le processus est alors arrêté, l'ensemble des variables courant est la solution. Si p-value $> \alpha$, la variable est retirée de l'ensemble courant et si ce dernier n'est pas vide, le processus repart de la deuxième étape, sinon c'est l'arrêt du processus, aucune variable n'aura été sélectionnée.

Ainsi, dans la régression finale, toutes les variables sont significatives au sens du test de *Wald*. Par rapport à la régression *Forward* qui consiste à démarrer avec un modèle ne comportant que la constante, puis à ajouter, au fur et à mesure, la variable la plus performante,

la stratégie de la régression *Backward* permet de mieux prendre en compte la combinaison de variables. Il arrive qu'une variable explicative ne soit vraiment décisive qu'en présence d'une autre. Comme la régression *Backward* part de la totalité des variables, elle ne peut pas laisser passer ce type de situation (Rakotomalala, 2009). Ainsi, cette stratégie est plus performante car elle permet de tenir compte des relations entre les variables (Menard, 2002).

Les tableaux suivants exposent les résultats des régressions logistiques effectuées avec une analyse *Backward* (Annexe 9 : étapes des régressions *Backward*). Le tableau 34 présente les résultats obtenus avec les données de l'année 2007. Le tableau 35 présente ceux de l'année 2008. Le tableau 36 décrit ceux obtenus avec les données « poolées ».

Tableau 34 : Régression logistique *Backward* 2007

Variable	β	E.S	Wald	Signif.	Exp(β)
ROA	-,233	,090	6,719	,010 **	,792
DIF	2,984	1,385	4,642	,031 **	19,777
SAL	-,510	,266	3,689	,055 *	,600
CUMUL	-1,847	1,113	2,754	,097 *	,633
FEM	14,631	8,131	3,238	,072 *	2261079,772
ACTIFS	1,590	,829	3,677	,055 *	4,904
SECTEUR	4,454	1,766	6,362	,012 **	85,949
JF	-12,105	5,092	5,650	,017 **	,000
POSITION	3,523	,952	13,691	,000 ***	33,872
INDBOURDD	1,553	,568	7,476	,006 ***	4,724
Constant	-17,466	5,434	10,333	,001 ***	,000

Légende :

- Variable à expliquer : VERIF : 1 si recours à une vérification sociétale, 0 sinon
- Variables explicatives : ROA : performance financière mesurée par le Return On Asset en % ; DIF : diffusion du capital ; SAL : pourcentage d'actionnaires salariés ; CUMUL : cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration ; FEM : pourcentage de femmes présentes dans le conseil d'administration en % ; ACTIFS : taille de l'entreprise mesurée par le logarithme de l'actif ; SECTEUR : appartenance à un secteur sensible ; JF : légitimité médiatique mesurée par le coefficient JF ; POSITION : position de l'entreprise en matière de RSE mesurée par la présence d'un rapport DD et d'une structure DD ; INDBOURDD : présence dans les indices boursiers.

Seuil de significativité : *** (p<0,01), ** (p<0,05) et * (p<0,1).

Tableau 35 : Régression logistique *Backward* 2008

Variable	β	E.S	Wald	Signif.	Exp(β)
TAILCA	-,464	,168	7,656	,006 ***	,628
CUMUL	-2,162	,997	4,705	,030 **	,869
ACTIFS	4,490	1,238	13,166	,000 ***	89,148
SECTEUR	2,426	1,228	3,901	,048 **	11,311
COT	-2,642	1,404	3,539	,060 *	,071
POSITION	2,703	,767	12,428	,000 ***	14,918
INDBOURDD	1,355	,504	7,221	,007 ***	3,876
Constant	-19,885	4,876	16,630	,000 ***	,000

Légende :

- Variable à expliquer : VERIF : 1 si recours à une vérification sociétale, 0 sinon
- Variables explicatives : TAILCA : taille du conseil d'administration ; CUMUL : cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration ; ACTIFS : taille de l'entreprise mesurée par le logarithme de l'actif ; SECTEUR : appartenance à un secteur sensible ; COT : cotation multiple ; POSITION : position de l'entreprise en matière de RSE mesurée par la présence d'un rapport DD et d'une structure DD ; INDBOURDD : présence dans les indices boursiers.

Seuil de significativité : *** (p<0,01), ** (p<0,05) et * (p<0,1).

Tableau 36 : Régression logistique *Backward* avec les données « poolées »

Variable	β	E.S	Wald	Signif.	Exp(β)
ROA	-,088	,043	4,131	,042 **	,916
DIF	1,669	,712	5,491	,019 **	5,308
TAILCA	-,166	,097	2,891	,089 *	,847
CUMUL	-2,011	,713	7,943	,005 ***	,746
FEM	7,677	4,078	3,543	,060 *	2157,498
ACTIFS	2,902	,766	14,343	,000 ***	18,208
SECTEUR	3,346	1,074	9,703	,002 ***	28,395
COT	-2,656	1,018	6,801	,009 ***	,070
JF	-3,440	1,288	7,139	,008 ***	,032
POSITION	3,083	,625	24,356	,000 ***	21,819
INDBOURDD	1,441	,392	13,507	,000 ***	4,224
Constant	-18,765	3,826	24,052	,000 ***	,000

Légende :

- Variable à expliquer : VERIF : 1 si recours à une vérification sociétale, 0 sinon
- Variables explicatives : ROA : performance financière mesurée par le Return On Asset en % ; DIF : diffusion du capital ; TAILCA : taille du conseil d'administration ; CUMUL : cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration ; FEM : pourcentage de femmes présentes dans le conseil d'administration en % ; ACTIFS : taille de l'entreprise mesurée par le logarithme de l'actif ; SECTEUR : appartenance à un secteur sensible ; COT : cotation multiple ; JF : légitimité médiatique mesurée par le coefficient JF ; POSITION : position de l'entreprise en matière de RSE mesurée par la présence d'un rapport DD et d'une structure DD ; INDBOURDD : présence dans les indices boursiers.

Seuil de significativité : *** (p<0,01), ** (p<0,05) et * (p<0,1).

Au vu des résultats présentés, plusieurs remarques peuvent être faites :

La performance financière des entreprises

La performance financière des entreprises mesurée par le Return On Asset (ROA) apparaît significative au seuil de 1% pour l'année 2007 et de 5% pour les données « poolées ». Elle n'est pas significative pour l'année 2008. Le signe de la relation est négatif contrairement à ce qui était prévu (H1) (2007 : β= -0,233 ; sig. = 0,010 et 2007-2008 β= -0, 088 ; sig. = 0,042). Cela postule que les entreprises ayant une bonne performance financière ne sont pas incitées à mettre en place une vérification de leurs informations sociétales. Ce résultat est contraire à l'hypothèse 1.

La diffusion du capital

Tout comme la variable ROA, la variable DIF est significative pour l'année 2007 et pour les données « poolées ». Le sens supposé de son influence (H3) est vérifié (2007 : β= 2,984 ; sig. = 0,031 et 2007-2008 : β= 1,669; sig. = 0,019). En 2007, la valeur d'Exp(β) est supérieure à 1 (Exp(β)= 19,777) et β est positif, cela signifie que les entreprises avec un capital diffus ont plus de chance de mettre en place une vérification que les autres. Il existe donc une relation positive entre la dispersion du capital de l'entreprise et la mise en place d'une vérification sociétale. Cependant, les résultats ne suggèrent pas de lien significatif entre cette variable et le recours à une vérification sociétale pour l'année 2008. L'hypothèse 3 n'est donc que partiellement validée.

La taille du conseil d'administration

L'influence de la taille du conseil d'administration sur la variable dépendante est négative. L'influence est significative au seuil de 1% (β= -0,464 ; sig= 0,006) pour l'année 2008 et la variable est significative au seuil de 10% (β= -0,166; sig= 0,089) pour les données « poolées ». Cependant, cette variable n'est pas significative dans les régressions logistiques Backward effectuées sur les données 2007. L'hypothèse 5 n'est donc que partiellement validée.

Le cumul des fonctions de directeur général et de Président du Conseil d'Administration

L'influence de la variable CUMUL ressort comme étant systématiquement significative pour les trois modèles de régression utilisés avec la méthode *Backward*. Le sens prédit (H7) est celui obtenu lors des régressions (2007 : β= -1,847 ; sig. = 0,097 et 2008 β= -2, 162 ; sig. = 0,030 et 2006-2007 : β= 2,011; sig. = 0,005). Le non cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration favorise la mise en place de vérifications sociétales. En 2007, la valeur d'Exp(β) est de 0,633 (elle est inférieure à 1) et β est négatif, cela signifie qu'une entreprise avec un cumul des fonctions a un risque plus faible de 36,7 % [(1-0,633)*100] de mettre en place une vérification qu'une entreprise ayant une dissociation des fonctions. L'hypothèse 7 relative au cumul des fonctions de directeur général et de président du CA est donc validée.

Le pourcentage de femmes au sein du Conseil d'Administration

Il apparaît que le pourcentage de femmes au sein du conseil d'administration influence positivement la décision des entreprises de mettre en place une vérification des informations sociétales. En effet, les coefficients sont significatifs au seuil de 10% pour la régression effectuée sur les données de 2007 et également pour les données « poolées » (2007 : sig= 0,072 et 2007-2008 : sig= 0,060). Le poids de la présence de femmes au sein du conseil d'administration est important car le coefficient Exp(β) est élevé (2007-2008 : β= 7,677). Cependant, cette variable n' apparaît pas significative pour les données 2008. L'hypothèse 8 est donc partiellement validée.

La taille des entreprises

La taille de l'entreprise mesurée par le logarithme de l'actif influence significativement et positivement la variable VERIF pour l'ensemble des modèles de régression. Pour 2008 et 2007-2008, la taille est significative au seuil de 1% et pour 2007 au seuil de 10%. Ainsi, de par l'impact significativement positif de la variable ACTIFS (2007 : β= 1,590 ; sig.= 0,055 et 2008 β= 4,490 ; sig.= 0,000 et 2006-2007 : β= 2,902 ; sig.= 0,000), nous concluons que les entreprises qui ont recours à une vérification des informations sociétales sont celles qui sont de plus grande taille. L'hypothèse relative à la taille de l'entreprise (H9) est donc vérifiée.

Le secteur d'activité

De même que pour la taille de l'entreprise, le secteur d'activité exerce systématiquement une influence positive (seuil de 1% et 5%). L'hypothèse 9 est donc validée. Une entreprise exerçant une activité classée dans les secteurs sensibles sera plus encline à mettre en place une vérification de ses informations sociétales (2007-2008 : β= 3,346 ; sig.= 0,002). En 2008, la valeur d'Exp(β) est de 11,311 (elle est supérieure à 1) et β est positif, cela signifie que les entreprises appartenant à un secteur sensible sont plus susceptibles de mettre en place une vérification que les autres. Ainsi, pour la variable SECTEUR, nous vérifions que les entreprises incitées à la vérification sociétale appartiennent à un super-secteur identifié au préalable comme sensible aux problématiques environnementales et sociales.

La cotation des entreprises

L'hypothèse 11 suppose que les entreprises qui ont recours à une vérification sociétale sont influencées par le fait qu'elles soient cotées sur différents marchés boursiers. A l'exception de l'année 2007, la cotation apparaît significative et négative (2007-2008 : β= -2,656 ; sig.= 0,009). Le sens de relation est donc inversé par rapport au sens qui était prédit (H11). Cela suppose que les entreprises qui sont multicotées ne sont pas incitées à mettre en place une vérification sociétale, mais à contrario, que ce sont les entreprises cotées sur le marché domestique qui sont incitées à mettre en place ce type de pratiques. La valeur d'Exp(β) est de 0,071 en 2007 (elle est inférieure à 1) et β est négatif, cela signifie qu'une entreprise multicotée a un risque plus faible de 92,9 % [(1-0,071)*100] de mettre en place une vérification qu'une entreprise cotée sur le marché domestique.

La légitimité médiatique

Les résultats obtenus pour la variable liée à la légitimité médiatique de l'entreprise, mesurée par le coefficient JF, confirme partiellement l'hypothèse 13. La variable JF est dans l'ensemble significative à l'exception de la régression effectuée pour l'année 2008. Comme cela était prévu, le signe de la relation est négatif (2007-2008 : β= -3,440 ; sig.= 0,008). Les entreprises qui ont une légitimité médiatique importante ne mettront pas en place de vérification sociétale, et à l'inverse, les entreprises qui n'ont pas une forte légitimité médiatique seront incitées à mettre en place ce type de pratiques.

Le positionnement des entreprises en matière de RSE

Les résultats obtenus pour l'hypothèse 14, liée au positionnement de l'entreprise et mesurée par les variables POSITION et INDBOURDD, confirment systématiquement l'hypothèse au seuil de 1%. Ainsi, concernant la variable POSITION, les résultats suggèrent que la mise en place d'une structure RSE au sein de l'entreprise et/ou de la publication d'un rapport de développement durable incite(nt) les entreprises à réaliser une vérification des informations sociétales diffusées (2007-2008 : β= 3,083 ; sig.= 0,000). Les rapports de cote de cette variable étant élevés (2007 : Exp(β)= 33,872 ; 2008 : Exp(β)=14,918 ; 2007-2008 : Exp(β)= 21,819), cela suggère qu'il s'agit d'un bon prédicteur de la mise en place d'une vérification sociétale.

Le cabinet d'audit

Les résultats des régressions logistiques Backward annuelles et « poolées » font ressortir la variable relative à l'appartenance des auditeurs à des grands cabinets d'audit internationaux comme étant non significative. L'hypothèse 15 est donc rejetée.

3. SYNTHESE ET DISCUSSIONS DES RESULTATS

L'objectif de la recherche était de mettre en évidence les différents facteurs déterminant le choix des entreprises dans le recours à une vérification des informations sociétales. Pour atteindre l'objectif fixé, une étude quantitative effectuée au moyen de régressions logistiques a été mise en place. A l'issue de cette étude, plusieurs conclusions que nous synthétisons et discutons ici se dégagent. Nous présentons les résultats relatifs aux déterminants contractuels (3.1) et aux déterminants institutionnels (3.2).

3.1. LES FACTEURS CONTRACTUELS

Les résultats des tests multivariés suggèrent que les variables économiques n'ont, dans la majorité des cas, pas d'influence significative sur le recours à une vérification sociétale.
Concernant la performance, ils sont conformes à ceux de certaines études antérieures (Aw et al., 2009 ; Herda et Taylor, 2009 ; Simnett et al., 2009) qui ne parviennent pas à démontrer

une relation incontestable entre le recours à une vérification sociétale et la performance financière des entreprises. Cependant, lorsqu'un lien négatif a pu être montré entre la performance financière et le recours à une vérification sociétale, cela peut être expliqué par l'hypothèse de « *l'opportunisme des dirigeants* ». Cette hypothèse considère que les dirigeants ont des objectifs propres qui peuvent aller à l'encontre de ceux des actionnaires ou des autres parties prenantes (Williamson, 1985). Ainsi, lorsque la performance financière est élevée, les dirigeants vont vouloir privilégier leurs intérêts. En revanche, si la performance financière est faible, ils la justifieront en investissant davantage dans des activités socialement responsables. Dans cette optique, un niveau faible de performance financière va entraîner un niveau élevé de performance sociétale. Dans la même veine, Preston et O'Bannon (1997) avancent que lorsque les résultats financiers sont insuffisants, les managers auront tendance à se racheter et à se justifier en mettant en place davantage d'actions sociétales.

Dans le cadre de la diffusion d'informations sociétales, Patten (1991) et Cormier et al. (2006) ont montré que le processus de diffusion d'informations sociétales résulterait davantage de variables représentatives de la pression publique que de celles de profitabilité. Ainsi, selon Patten (1991), « *c'est la société dans son ensemble et pas uniquement le marché qui accorde à l'entreprise sa légitimité sociale* ». La performance financière a été étudiée ici comme un proxy de la capacité de l'entreprise à supporter les coûts engendrés par la mise en place d'une vérification sociétale. Il faudrait cependant prendre en compte les différents niveaux de vérification, car même si le lien entre performance financière et vérification n'a pu être confirmé, on peut supposer qu'une association existe entre la performance financière et le niveau de vérification demandé, puisque le coût de la vérification augmente considérablement avec son niveau (Igalens 2004a). La performance financière de l'entreprise peut alors être un facteur explicatif du passage d'un niveau de vérification faible ou modéré à un niveau élevé.

Par ailleurs, la pression des créanciers mesurée par le niveau d'endettement semble ne pas influencer la décision des entreprises à faire vérifier leurs informations sociétales. Ceci confirme les résultats de l'étude récente de Simnett et al. (2009), qui dans le contexte international, ne trouve aucune association entre le niveau d'endettement et le recours à une vérification sociétale. De même, Herda et Taylor (2009) ne confirment pas leur hypothèse de départ concernant l'influence du niveau d'endettement des entreprises sur la mise en place d'une assurance des informations sociétales.

Pour les variables de gouvernance, les résultats sont mitigés. Certaines hypothèses ont pu être entièrement ou partiellement validées alors que d'autres sont rejetées.

Le degré de dilution du capital des entreprises est apparu déterminant dans la décision de vérification sociétale, à l'exception de l'année 2008. L'hypothèse 3 est partiellement validée. Ainsi, lorsque le capital est diffus, les dirigeants seront amenés à faire vérifier les informations publiées. A l'inverse, dans une entreprise dont le capital est concentré entre les mains d'un petit nombre d'actionnaires majoritaires, la demande en termes de fiabilité des informations sera moins importante. Ces résultats peuvent s'expliquer par le fait que la dilution du capital est accompagnée d'un accroissement de demandes relatives aux préoccupations sociétales de la part des parties prenantes et plus précisément des actionnaires (Déjean et Martinez, 2010).

La décision de recourir à une vérification sociétale a été étudiée au regard de la présence de certaines catégories d'actionnaires au sein des entreprises de l'échantillon. Nous avons tenté d'établir une relation entre le pourcentage d'actionnaires institutionnels, familiaux et salariés et la mise en place d'une vérification sociétale. Malgré l'absence de liens significatifs systématiques pour les trois catégories d'actionnaires étudiés, les résultats peuvent être justifiés par l'absence de prise en compte des attentes individuelles des actionnaires. En effet, des recherches (Rockness et Williams, 1988 ; Harte et al., 1991 ; Perks et al., 1992 ; Ballet et De Bry, 2001) ont montré que les actionnaires qualifiés d'« éthiques » pouvaient influencer les choix des entreprises dans la mise en place de pratiques de RSE. Or, les actionnaires « éthiques » n'ont pas été identifiés à l'intérieur des trois catégories d'actionnaires. Ainsi, afin d'identifier ce type d'actionnaires, Ballet et De Bry (2001) proposent de distinguer et d'identifier les actionnaires activistes et les fonds éthiques.

Concernant la taille du conseil d'administration, l'hypothèse de l'existence d'une relation négative entre la taille du conseil d'administration et la mise en place d'une vérification sociétale est partiellement validée. Ce résultat suggère que la demande de confiance dans les informations diffusées est accrue lorsque le CA est de petite taille. Les entreprises sont donc incitées à mettre en place une vérification sociétale du fait de la taille restreinte de leur conseil d'administration.

Le cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration est également apparu déterminant dans le choix des entreprises de recourir à une vérification sociétale. La littérature montre que la séparation des deux fonctions est un signe de bonne gouvernance et est liée à la qualité de l'information diffusée par les entreprises (Forker, 1992 ; Ho et Wong, 2001). Ainsi, le non cumul des mandats de directeur général et de président du CA favorise la vérification sociétale. Cette situation est en effet susceptible d'inciter le dirigeant à signaler aux actionnaires la qualité de sa gestion. Dans ce contexte, la vérification

sociétale peut constituer un moyen de dédouanement permettant au dirigeant de garantir aux utilisateurs la fiabilité des informations sociétales diffusées (Quairel, 2004) et contribuant à leur crédibilité par la réduction des conflits d'agence (Rivière-Giordano, 2007a ; Simnett et al., 2009).

L'hypothèse selon laquelle la présence de femmes au sein du conseil d'administration, considérée comme bonne pratique de gouvernance, favorise la mise en place d'une vérification sociétale, est partiellement validée (validée pour l'année 2007 et pour les données « poolées »). Ces résultats vont dans le sens des travaux de Stephenson (2004) et de Schnake et al. (2006) qui révèlent que la présence de femmes administrateurs influence la performance sociétale des entreprises et augmente l'utilisation de mesures non financières de performance et de pratique de RSE.

Les régressions multiples ont également permis de souligner le caractère significatif des variables structurelles sur l'ensemble des données de l'étude. Les hypothèses 9 et 10 sont validées quelque soit le type de régressions estimées.
L'hypothèse relative à la taille de l'entreprise est validée. La taille de l'entreprise est une variable qui influence positivement la mise en place par l'entreprise d'une vérification sociétale. Ces résultats sont en accord avec les études de Simnett et al. (2009) et de Herda et Taylor (2010) portant sur la vérification sociétale. En effet, les auteurs montrent que les grandes entreprises sont plus susceptibles d'avoir leurs informations sociétales assurées par rapport aux petites entreprises.
Le secteur d'activité est également apparu comme un facteur significatif. Une entreprise œuvrant dans un secteur sensiblement exposé d'un point de vue environnemental et/ou social fera l'objet d'une attention particulière et sera soumise à une plus forte demande en termes de crédibilité de l'information qu'elle diffuse (Simnett et al., 2009). Ainsi, les entreprises appartenant à des secteurs sensibles seront plus enclines que les autres à mettre en place une vérification de leurs informations sociétales.

3.2. LES FACTEURS INSTITUTIONNELS

S'agissant de la mesure de la pression coercitive, nous avons supposé que les entreprises multicotées, qui sont plus fortement soumises que les autres aux lois et règlements, seront

davantage incitées à mettre en place une vérification sociétale. Cependant, les résultats obtenus sont contraires aux prédictions (Hypothèse 11). Il apparaît que la multicotation de l'entreprise influence négativement la mise en place d'une vérification des informations sociétales. Malgré le sens inversé de la relation, ce résultat est cohérent avec ceux de Simnett et al. (2009) et de Kolk et Perego (2010). Ces études comparatives au niveau international démontrent que les entreprises opérant principalement dans des pays de droit écrit (« *code law* ») et qui sont donc plus orientés vers les parties prenantes, sont plus enclines à faire vérifier leurs informations sociétales. A l'inverse, les entreprises opérant majoritairement dans des pays de droit jurisprudentiel (« *common law* ») sont plus orientées vers les actionnaires et font moins vérifier leurs informations sociétales. En effet, les pays de droit codifié sont des pays dont le système de gouvernance est « *orienté parties prenantes* », alors que les pays de droit jurisprudentiel sont des pays dont le système de gouvernance est « *orienté actionnaires* » (Ball et al., 2000b ; La Porta et al., 1997). Ainsi, les résultats de l'étude de Simnett et al. (2009) suggèrent que les entreprises opérant dans un environnement juridique solide seront plus susceptibles de faire vérifier leurs informations sociétales. Ces résultats s'expliquent par le fait que pour les entreprises opérant dans un système juridique faible, la crédibilité perçue par le public de ce type de vérification, est également faible, et par conséquent, les avantages de la mise en place d'une vérification ne compensent pas les coûts. Il est donc cohérent, comme nos résultats le suggèrent, que les entreprises cotées uniquement sur le marché domestique français et donc soumises uniquement à la « *code law* » soient plus enclines à mettre en place une vérification sociétale.

Concernant les variables liées à la pression médiatique, la légitimité médiatique mesurée par le coefficient JF influence le recours à une vérification sociétale. Ce coefficient est significatif et négatif pour 2007 et pour les données « poolées ». Suivant le contenu des articles de presse (favorables/défavorables) qui est une mesure directe de la légitimité médiatique, le besoin d'améliorer la crédibilité de l'information sociétale est différent et a une influence sur la décision d'assurer ou non les informations sociétales. En effet, Cormier et al. (2009) montrent que le coefficient JF est négativement relié à la volonté de transparence des entreprises et à la diffusion d'informations sociétales. Les entreprises qui ont une bonne légitimité médiatique n'ont pas besoin d'être plus crédibles que les autres, ce qui influe négativement sur la qualité du reporting sociétal (Aw et al., 2009) et sur le recours à une vérification. Ainsi, selon les résultats des régressions logistiques multiples, il existe une relation négative entre la

légitimité médiatique des entreprises et la mise en place d'une vérification sociétale. L'hypothèse 13 est donc partiellement validée.

Les régressions ont permis de mettre en évidence le caractère significatif de la variable positionnement des entreprises en matière de RSE sur l'ensemble des données de l'étude et ainsi valider l'hypothèse 14. Les entreprises proactives en matière de RSE et de reporting sociétal sont plus enclines que les autres à mettre en place une vérification sociétale. Le positionnement de l'entreprise, mesuré par l'existence d'un rapport RSE, la mise en place d'une structure ou département s'occupant exclusivement des questions sociétales et la présence des entreprises dans un indice socialement responsable influencent le recours à une vérification sociétale. On retrouve des similitudes avec les recherches ayant étudié l'influence de la publication d'un rapport de RSE (Giordano-Spring, 2008 ; Aw et al., 2009) et la présence d'une structure RSE (Decock-Good, 2001 ; Adams, 2002) sur la qualité des informations sociétales. Le positionnement des entreprises apparaît donc déterminant dans le recours à de nouvelles pratiques de RSE, et plus précisément, dans la mise en place d'une vérification sociétale.

Nous présentons ci-dessous, un tableau de synthèse des résultats. Dans ce tableau figurent les hypothèses formulées lors de la construction du modèle de vérification sociétale et les résultats des tests multivariés. Les trois premières colonnes reprennent la numérotation et désignation des hypothèses adoptées au chapitre 5. Dans la troisième colonne, les mentions « validée », « partiellement validée » et « rejetée » indiquent respectivement lorsque les hypothèses ont été totalement ou partiellement confirmées ou infirmées. Une hypothèse est considérée comme validée lorsque la relation prédite a été observée dans l'ensemble des régressions logistiques multiples. Elle est rejetée lorsque la relation prédite n'a été observée dans aucune des régressions logistiques multiples. Enfin, elle est partiellement validée lorsque la relation prédite n'a pas été observée dans la totalité des régressions logistiques.

Tableau 37 : Synthèse des résultats des régressions multiples

Variables	Sens prédits	Hypothèses	Régression logistique multiple			Résultats
			2007	2008	2007-2008	
Déterminants contractuels						
ROA	+	H1 : La performance financière de l'entreprise	S -	NS	S -	Partiellement validée
ENDET	+	H2 : Le niveau d'endettement de l'entreprise	NS	NS	NS	Rejetée
DIF	+	H3 : La dispersion du capital de l'entreprise	S +	NS	S +	Partiellement validée
INST	+	H4a : Le pourcentage de capital détenu par les actionnaires institutionnels	NS	NS	NS	Rejetée
FAM	+ ou -	H4b : Le pourcentage de capital détenu par les actionnaires familiaux	NS	NS	NS	Rejetée
SAL	+	H4c : Le pourcentage d'actionnaires salariés	S -	NS	NS	Partiellement validée
TAILCA	-	H5 : La taille du CA	NS	S -	S -	Partiellement validée
INDEPCA	+	H6 : La présence dans le CA d'une majorité d'administrateurs externes indépendants	NS	NS	NS	Rejetée
CUMUL	-	H7 : Le cumul des fonctions de DG et de président du CA	S -	S -	S -	Validée
FEM	+	H8 : La présence de femmes au sein du CA	S +	NS	S +	Partiellement validée
ACTIFS	+	H9 : La taille de l'entreprise est une variable	S +	S +	S +	Validée
SECTEUR	+	H10 : Les entreprises appartenant à des secteurs sensibles	S +	S+	S +	Validée
Déterminants institutionnels						
COT	+	H11 : Les entreprises cotées sur plusieurs marchés	NS	S -	S -	Partiellement validée
MEDIA	+	H12 : Le niveau d'exposition des entreprises aux médias	NS	NS	NS	Rejetée
JF	-	H13 : La légitimité médiatique des entreprises	S -	NS	S -	Partiellement validée
POSITION	+	H14 : Le positionnement des entreprises en matière de RSE	S +	S +	S +	Validée
INDBOURDD			S +	S +	S +	Validée
AUD	+	H15 : L'appartenance de l'auditeur financier à un BIG	NS	NS	NS	Rejetée

CONCLUSION DU CHAPITRE 6

L'objectif du chapitre 6 consistait, à travers l'étude quantitative de la vérification sociétale des entreprises françaises, à déterminer les facteurs influençant le choix des managers dans le recours à de telles pratiques.

L'étude a débuté par une phase descriptive dont le but est d'exposer les pratiques d'une vérification sociétale et les caractéristiques des entreprises composant l'échantillon pour les années 2007 et 2008. Cette analyse a permis de conclure qu'il y a eu une légère évolution de la vérification sociétale au cours des deux années étudiées. Même si elle peut apparaître relativement marginale, cette pratique semble être en cours de développement.

Les régressions logistiques simples ont ensuite permis de mettre en évidence les principales variables expliquant le recours à une vérification sociétale. Pour les trois séries de régressions simples, les variables relatives à la taille de l'entreprise, à sa position en matière de RSE (publication d'un rapport développement durable et mise en place d'une structure RSE) et à sa présence dans des indices socialement responsables expliquent le mieux le recours à une vérification sociétale.

Des régressions multiples ont ensuite été réalisées afin de tester les hypothèses de recherche. Globalement, il ressort de nos résultats que le cumul des fonctions de président du conseil d'administration et de directeur général, la taille de l'entreprise, le secteur d'activité, et le positionnement en matière de RSE sont des déterminants systématiquement significatifs de la vérification des informations sociétales.
Plusieurs mécanismes de gouvernement d'entreprise ont été partiellement validés. La dilution du capital, la taille du CA et la présence de femmes au sein du CA s'avèrent dans la majorité des cas déterminantes. Par ailleurs, même sans être totalement validés, certains facteurs institutionnels ont permis d'expliquer le comportement des entreprises. Les entreprises cotées sur le marché domestique sont plus enclines à réaliser une vérification sociétale que les autres. Enfin, comme cela était prédit, la légitimité médiatique agit négativement sur le recours à la vérification. Ainsi, dans la majorité des cas, les résultats obtenus à la suite de l'analyse quantitative des données sont cohérents avec les prédictions de l'étude exploratoire qualitative.

CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE

Au cours de la deuxième partie, nous avons présenté les deux études empiriques menées pendant la recherche.

Le premier chapitre a présenté l'étude qualitative (chapitre 4). Cette première étude empirique, de nature exploratoire, a consisté à réaliser et à analyser des entretiens semi-directifs effectués auprès de divers acteurs : des responsables développement durable d'entreprises cotées, des vérificateurs appartenant à des cabinets d'audit internationaux et des parties prenantes (agences de notations extra-financières, expert développement durable auprès d'une organisation patronale). Cette phase exploratoire a permis de redéfinir la notion de vérification sociétale, d'apporter un éclairage sur cet objet de recherche et de formuler des conclusions aidant à la formulation des hypothèses de recherche. Au terme de cette étude, il est apparu que la vérification des informations sociétales a pour but de garantir aux utilisateurs de l'information une confiance et une fiabilité dans les informations diffusées. De plus, cette mise en place témoigne d'une volonté de transparence de la part des entreprises. Ainsi, les notions de transparence et de confiance apparaissent primordiales et apportent des justifications à la mise en place par les entreprises de vérifications sociétales. Par ailleurs, les entreprises mettant en place une vérification sont mues par une recherche de légitimité. Ainsi, soumises à diverses pressions institutionnelles, les entreprises vont y répondre en mettant en place une vérification sociétale dans un objectif d'obtention de légitimité.

Les hypothèses de recherche ont été formulées dans le chapitre suivant (chapitre 5). Elles ont émergé de deux sources, d'une part, de la littérature (*hypothèses théoriques*), et d'autre part, de l'étude exploratoire (*hypothèses exploratoires*). Au final, toutes ces hypothèses sont classées en deux catégories : les hypothèses se référant au cadre théorique contractuel de la vérification et celles se référant au cadre théorique néo-institutionnel. L'identification de ces hypothèses, construites à partir du cadre multi-théorique et d'une approche qualitative, nous a permis de bâtir le modèle explicatif.

Le dernier chapitre a exposé l'étude quantitative menée sur un échantillon d'entreprises françaises cotées (Chapitre 6). Il a s'agit d'étudier au moyen de régressions logistiques les déterminants du recours à une vérification des informations sociétales. Cette deuxième étude

empirique a fait ressortir que le cumul des fonctions de président du conseil d'administration et de directeur général, la taille de l'entreprise, le secteur d'activité et le positionnement en matière de RSE sont des déterminants systématiquement significatifs de la vérification des informations sociétales. De plus, plusieurs mécanismes de gouvernance ont également été partiellement validés. La dilution du capital, la taille du CA, la présence de femmes au sein du CA sont, dans la plupart des cas, des facteurs influençant le recours à une vérification sociétale. Par ailleurs, inversement au sens prédit, les entreprises cotées sur le marché domestique sont plus enclines à réaliser une vérification sociétale que les autres. Enfin, le recours à la vérification est négativement influencé par la légitimité médiatique des entreprises.

CONCLUSION GENERALE

Cette thèse porte sur l'étude de la mise en place de vérifications des informations sociétales dans le contexte français. La recherche trouve son origine dans le constat suivant : depuis quelques années, alors que les entreprises ne sont pas contraintes par une réglementation, elles sont de plus en plus nombreuses à réaliser une vérification de leurs informations sociétales. Quels sont les facteurs explicatifs de la mise en place de cette pratique dans le contexte français ?

Après un retour sur les objectifs et la démarche de la recherche (1), ainsi que sur les principaux résultats de ce travail (2), nous présentons ses apports (3), ses principales limites (4) et proposons de nouvelles voies d'investigations (5).

1. LES OBJECTIFS ET LA DEMARCHE DE LA RECHERCHE

L'objectif de la présente recherche était de mettre en évidence les facteurs pouvant influencer la mise en place par les entreprises d'une vérification volontaire des informations sociétales. La question de recherche a donc été formulée de la manière suivante : Quels sont les déterminants de la mise en place d'une vérification volontaire des informations sociétales ?
Afin de répondre à la problématique de recherche, nous avons adopté une approche en deux parties. La première partie a consisté à présenter les aspects conceptuels et théoriques de la recherche. Le premier chapitre a concerné la diffusion d'informations sociétales, le deuxième a porté sur la vérification de ces informations. Ces deux premiers chapitres ont permis de présenter les aspects conceptuels de la recherche et la littérature afférente. Le troisième chapitre a présenté les cadres théoriques mobilisés dans la littérature académique et justifié le choix d'un double cadre contractuel et institutionnel pour la présente recherche. De la revue de la littérature, présentée au cours de ces trois chapitres, se dégage un constat : le faible nombre de recherches portant sur les facteurs explicatifs de la mise en place de vérifications sociétales.

Au cours de la deuxième partie, nous avons réalisé deux études empiriques. La première est à vocation exploratoire. Elle a notamment été motivée par le peu de recherches réalisées sur le thème et notamment dans le contexte français. Cette étude qualitative a été réalisée à l'aide d'entretiens semi-directifs menés auprès de divers acteurs concernés par la vérification sociétale : des responsables développement durable de grands groupes français, des experts développement durable en charge des missions de vérification des informations sociétales dans les cabinets d'audit internationaux et des parties prenantes. La recherche exploratoire, ainsi que les conclusions de la première partie, nous ont permis de formuler des hypothèses de recherche dans le cadre du cinquième chapitre. Les hypothèses présentées se divisent en deux catégories : les hypothèses contractuelles et les hypothèses institutionnelles. Elles émergent à la fois de la littérature et de l'étude exploratoire. Un modèle explicatif de la vérification sociétale a pu être ainsi élaboré. Il est testé dans le chapitre six sur un échantillon de 120 entreprises au cours de la période 2007 et 2008. Dans ce chapitre, la méthodologie a d'abord été exposée, puis mise en œuvre. Elle a consisté à effectuer des régressions logistiques dans lesquelles la variable à expliquer est le recours à une vérification sociétale (variable binaire). Les principaux résultats des deux études empiriques sont les suivants.

2. LES PRINCIPAUX RESULTATS DE LA RECHERCHE

De la phase exploratoire, se dégagent plusieurs résultats importants. De manière générale, l'intérêt pour les entreprises de la mise en place d'une vérification sociétale est l'amélioration du reporting sociétal. Cette démarche s'intègre dans un processus d'amélioration continue. En outre, la mise en place d'une vérification des informations sociétales a pour but de garantir aux utilisateurs une confiance et une fiabilité dans les informations diffusées par les entreprises. Cette mise en place témoigne d'une volonté de transparence de la part des entreprises, qui considèrent le rapport du vérificateur comme une information à part entière devant être transmise au public. Ainsi, les notions de transparence et de confiance apparaissent primordiales et apportent des justifications à la mise en place de la vérification sociétale.

Néanmoins, il apparaît que les entreprises mettant en place une vérification sont mues par une recherche de légitimité. Soumises à diverses pressions institutionnelles, les entreprises vont y répondre en mettant en place une vérification sociétale dans un objectif d'obtention de

légitimité. Même si les contraintes réglementaires ne concernent pas directement la mise en place d'une vérification sociétale, les résultats de l'étude exploratoire soulignent que l'aspect réglementaire peut agir indirectement et être un facteur incitatif dans la décision. Une pression mimétique est exercée par les entreprises considérées comme leaders dans leur secteur et en matière de RSE. Le positionnement de l'entreprise en matière de RSE joue également un rôle important dans le processus décisionnel de mise en place d'une vérification sociétale dans un objectif d'obtention de légitimité. La mise en place d'une vérification sociétale s'insère dans un processus dans lequel les entreprises, mettant en place des indicateurs sociaux et environnementaux qui seront par la suite diffusés dans des rapports, passeront à l'étape de fiabilisation de leurs informations en réalisant une vérification sociétale. Les entreprises qui, en amont, ne sont pas dans la réalisation de pratiques de RSE et de reporting sociétal, ne réaliseront pas de vérification. Enfin la décision de mettre en place une vérification sociétale peut être influencée par des pressions normatives. La norme professionnelle ISAE 3000, applicable aux membres de la profession d'auditeur et qui définit les niveaux de la vérification, a permis l'instauration d'un cadre régissant ces missions. Cette norme a donc été un moteur dans la décision des entreprises de recourir à une telle pratique.

En ce qui concerne les résultats des analyses quantitatives, ils portent sur la relation entre la mise en place d'une vérification des informations sociétales et divers facteurs explicatifs de nature contractuelle et institutionnelle.

Les résultats des tests multivariés suggèrent que, pour les variables de gouvernance, le cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration est déterminant dans le choix des entreprises de recourir à une vérification sociétale. Cette situation est, en effet, susceptible d'inciter le dirigeant à signaler aux actionnaires la qualité de sa gestion. Dans ce contexte, la vérification sociétale peut constituer un moyen de dédouanement permettant aux dirigeants de garantir aux utilisateurs la fiabilité des informations sociétales diffusées (Quairel, 2004), et contribuant à leur crédibilité par la réduction des conflits d'agence (Rivière-Giordano, 2007a ; Simnett et al., 2009). Les régressions multiples ont également permis de souligner le caractère significatif des variables structurelles. La taille de l'entreprise influence positivement la mise en place par l'entreprise d'une vérification sociétale. Ces résultats sont en accord avec les études de Simnett et al. (2009) et de Herda et Taylor (2010) selon lesquels les grandes entreprises sont les plus susceptibles d'avoir leurs informations sociétales assurées.

Le secteur d'activité est également apparu comme un facteur significatif. Une entreprise œuvrant dans un secteur sensiblement exposé d'un point de vue environnemental et/ou social fera l'objet d'une attention particulière et sera soumise à une plus forte demande en termes de crédibilité de l'information qu'elle diffuse (Simnett et al., 2009). Ainsi, les entreprises appartenant à des secteurs sensibles seront plus enclines à mettre en place une vérification de leurs informations sociétales que les autres.

S'agissant des variables institutionnelles, les régressions ont permis de mettre en évidence le caractère significatif de la variable positionnement des entreprises en matière de RSE sur l'ensemble des données de l'étude. Les entreprises proactives en matière de RSE et de reporting sociétal sont plus enclines que les autres à mettre en place une vérification sociétale. Le positionnement de l'entreprise mesuré par l'existence d'un rapport RSE, la mise en place d'une structure ou département s'occupant exclusivement des questions sociétales et la présence des entreprises dans un indice socialement responsable influencent le recours à une vérification sociétale.

3. LES APPORTS DE LA RECHERCHE

Cette recherche présente trois types de contributions qui sont successivement abordées. Il s'agit de contributions à la fois théoriques (3.1), méthodologiques (3.1) et managériales (3.2).

3.1. LES APPORTS THEORIQUES

Sur le plan théorique, notre recherche contribue à améliorer la compréhension des pratiques de vérification sociétale. Si des recherches se sont intéressées à l'étude de la vérification sociétale et ont majoritairement analysées le contenu de la mission et le type de vérificateur, cette thèse est la première à s'être penchée sur les facteurs explicatifs de la mise en place d'une vérification sociétale dans le contexte français. Cette recherche a permis de redéfinir le concept de vérification sociétale, peu ou mal défini dans la littérature antérieure, et d'apporter un éclairage nouveau sur cet objet de recherche. Par ailleurs, elle propose un modèle multi-théorique des déterminants de la vérification sociétale par les entreprises françaises. Ainsi, une des contributions majeures réside dans le choix du double cadre théorique contractuel et institutionnel qui nous paraît être pertinent pour ce genre de recherche. De plus, l'utilisation

de divers facteurs explicatifs suggérés dans la littérature, mais rarement testés, est un apport supplémentaire de notre travail.

3.2. LES APPORTS METHODOLOGIQUES

Le principal apport méthodologique porte sur la pluralité des méthodes empiriques utilisées. Plusieurs approches correspondant à des stratégies de connaissances différentes ont été adoptées : une approche qualitative et une approche quantitative. La première consiste à effectuer une étude qualitative exploratoire auprès de divers acteurs concernés par la vérification sociétale. Pour diversifier les points de vue et avoir une vision variée des motivations et déterminants de la vérification sociétale, trois catégories d'acteurs ont été sélectionnées : les responsables en charge des départements développement durable d'entreprises françaises, les personnes réalisant les missions de vérification, et des parties prenantes. Les entretiens ont été analysés par le biais de l'analyse de contenu thématique. La phase quantitative a ensuite mobilisé des méthodes économétriques et notamment un modèle probabiliste de choix discret (la régression logistique) afin de tester nos hypothèses de recherche. Les régressions ont été estimées annuellement sur 2007 et 2008 puis sur les données « poolées ».

Bien que cela ait été largement suggéré dans les voies de recherche, ces études antérieures relatives à la vérification sociétale n'ont, jusqu'à présent, jamais combiné méthodes qualitatives et quantitatives. L'utilisation d'une méthodologie mixte témoigne donc de l'originalité de cette approche.

3.3. LES APPORTS MANAGERIAUX

Cette recherche est susceptible d'intéresser différents acteurs. Au premier rang de ces protagonistes figurent les utilisateurs des informations sociétales. Une meilleure compréhension des comportements des entreprises dans le recours à une vérification des informations sociétales permet aux utilisateurs de l'information de juger de la pertinence du reporting sociétal. Ensuite, les entreprises sont également concernées par la présente recherche. Pour celles qui ne réalisent pas encore cette vérification, il peut s'agir d'un moteur incitatif à la mise en place d'une telle pratique. Pour celles qui ont déjà recours à la vérification sociétale, les enseignements tirés de l'analyse réalisée peuvent aider à une

meilleure compréhension dans leur démarche. Enfin, notre recherche peut être utile aux normalisateurs ou organisations internationales, notamment de la Fédération Internationale des Comptables (IFAC) et de l'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB). Elle peut aider à la réflexion sur l'amélioration de la normalisation et éventuellement sur la mise en place d'un cadre réglementaire.

4. LES LIMITES DE LA RECHERCHE

Comme toute recherche, les résultats obtenus doivent être appréciés en tenant compte des limites inhérentes à l'étude réalisée. Il s'agit de limites relatives aux études qualitatives (4.1) et quantitatives (4.2). Nous présentons tour à tour ces limites.

4.1. LES LIMITES DE L'ETUDE QUALITATIVE

Trois catégories d'acteurs ont été interviewés lors de la phase exploratoire. La première est composée des responsables développement durable d'entreprises françaises cotées réalisant ou non une vérification sociétale. Seulement deux entretiens ont été menés auprès de responsables développement durable dont l'entreprise ne réalisait pas de vérification sociétale. Même si la présence de tels acteurs dans l'échantillon a permis de refléter le discours des entreprises « non vérificatrices », leur nombre est restreint. L'absence d'un plus grand nombre d'entretiens auprès de ces acteurs est due aux réponses négatives reçues lors de la prise de contact avec les entreprises. La deuxième limite concernant cette catégorie d'acteurs a trait au statut des entreprises « vérificatrices ». Le fait que les responsables développement durable appartiennent pour la majorité à des entreprises faisant vérifier leurs informations sociétales a sans aucun doute eu une influence sur l'objectivité de leurs réponses. Cependant, cette limite est inhérente à toutes les recherches et analyses qualitatives qui sont souvent décrites comme présentant un risque important de subjectivité, causant des biais d'interprétation (Dano et al., 2004).

La deuxième catégorie d'acteurs interrogés est composée des vérificateurs réalisant la mission de vérification sociétale. Dans le contexte français, la majorité des vérificateurs appartenant aux quatre grands cabinets d'audit internationaux, nous avons interrogé trois de ces

prestataires. Cependant, les autres prestataires réalisant ces missions n'ont pas été interrogés. Il s'agit notamment du bureau de certification Veritas qui n'a pas répondu à nos sollicitations.

Enfin, la troisième catégorie concerne les parties prenantes. Les quatre répondants sont issus de trois organisations différentes. Le premier est le directeur d'une agence de notation extra-financière. Les deux répondants suivants sont des salariés d'une agence de notation extra-financière différente de la première ; l'un est analyste Investissement Socialement Responsable et l'autre est auditeur spécialisé en RSE. Le dernier répondant est président d'un groupe de travail sur le reporting sociétal et sur la notation extra-financière au sein d'une organisation patronale. L'objectif était d'apporter une meilleure compréhension du phénomène étudié, d'où la nécessité d'interviewer des parties prenantes hétérogènes. Cependant, d'autres parties prenantes importantes dans le processus de vérification sociétale n'ont pas été interrogées. Il s'agit par exemple des actionnaires, des salariés ou encore des régulateurs et des pouvoirs publics.

Plusieurs limites méthodologiques peuvent également être soulevées. Au vu du nombre limité d'entretiens réalisés, l'analyse de contenu thématique a été effectuée manuellement. Un logiciel tel qu'Atlas Ti aurait pu être utilisé pour réaliser cette analyse. De plus, une limite inhérente aux entretiens provient de la part de subjectivité qu'ils contiennent. Nous avons cependant limité ce risque par l'utilisation de guides d'entretiens adaptés aux répondants.

4.2. LES LIMITES DE L'ETUDE QUANTITATIVE

La première limite de l'étude quantitative concerne la période retenue pour réaliser l'analyse. Celle-ci a été limitée aux années 2007 et 2008 pour deux motifs :

- premièrement, en raison du fait que de nombreuses entreprises ne publient des rapports sociétaux que depuis 2007 et qu'au moment de l'étude les rapports 2009 ne sont pas encore disponibles ;
- deuxièmement, en raison du fait que la mise en place d'une vérification des informations sociétales, avant 2007, en France, était une pratique trop marginale pour qu'elle puisse faire l'objet d'une étude quantitative.

Cependant, il serait intéressant de prolonger cette étude sur les années à venir, dès que les informations nécessaires seront accessibles.

La deuxième limite se rapporte aux proxys utilisés dans l'étude empirique pour mesurer les variables et tester les hypothèses de recherche. Certains facteurs, comme la légitimité médiatique, sont en effet difficilement mesurables. Ces principales limites sont donc liées au phénomène de réduction instrumentale inhérent à l'utilisation de proxys indispensables au test des hypothèses.

5. LES VOIES DE RECHERCHES FUTURES

Les limites mentionnées ci-dessus induisent de nouvelles voies de recherches. Tout d'abord, au niveau des analyses quantitatives, les méthodologies économétriques pourraient être étendues aux analyses en données de panels. L'utilisation du logiciel Stata serait alors approprié pour réaliser ce type d'analyse. Ensuite, l'étude pourrait être menée sur un échantillon d'entreprises plus large. Comme le suggèrent Kolk et Perego (2010), elle pourrait concerner des entreprises de plus petite taille et des entreprises non cotées. Par ailleurs, une étude comparative entre plusieurs pays pourrait apporter des résultats intéressants sur l'influence de facteurs contextuels. Ainsi, comme cela a été fait dans l'étude d'Herda et Taylor (2009), la variable liée à l'appartenance des entreprises à des pays à fort risques de litiges pour les auditeurs (variable « contentieux ») pourraient être introduite.

Notre recherche pourrait également être prolongée par des études de cas qui permettraient de mettre en évidence d'autres facteurs explicatifs du recours à une vérification sociétale. Il serait également intéressant de s'interroger sur les déterminants des niveaux d'assurance et de confronter ces résultats avec les résultats obtenus dans la présente étude. Ainsi, dans le prolongement de ce travail, une analyse portant sur le choix du niveau d'assurance pourrait être menée, de même qu'une analyse des différents indicateurs vérifiés. Enfin, comme le souligne Rivière-Giordano (2007a) et conformément aux travaux de recherche réalisés en audit financier, il apparaît également indispensable de s'interroger sur l'interprétation des avis émis par les vérificateurs pour éventuellement proposer des améliorations.

BIBLIOGRAPHIE

Abdel-Khalik A.R. (1993). Why do private companies demand an audit? A case for organizational loss of control. *Journal of Accounting, Auditing and Finance* 8 (1): 31-52.

Abott W. et Monsen J. (1979). On the measurement of corporate social responsibility: Self-reported disclosures as a method of measuring corporate social involvement. *Academy of Management Journal* 22 (3): 501-515.

AccountAbility 1000 Framework. (1999). *Standards, guidelines and professional qualification*. Exposure draft, november.

AccountAbility. (2003). *AA1000 Assurance Standard*. AccountAbility: London.

Acquier A. (2007). *Les modèles de pilotage du développement durable: du contrôle externe à la conception innovante*. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Paris : Ecole des Mines.

Acquier A. et Aggeri F. (2008). Entrepreneuriat institutionnel et apprentissages collectifs. Le cas de la Global Reporting Initiative (GRI). *Management International* 12 (2): 49-65.

Adams C.A. (2002). Internal organisational factors influencing corporate social and ethical reporting: Beyond current theorising. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 15 (2): 223-250.

Adams C. et Evans R. (2004). Accountability, completeness, credibility and the audit expectations gap. *Journal of Corporate Citizenship* 14: 97-115.

Adams C.A., Hill W.Y. et Roberts C.B. (1998). Corporate social reporting practices in Western Europe: legitimating corporate behaviour? *British Accounting Review* 30 (1): 1-21.

Adams C.A. et Kuasirikun N. (2000). A comparative analysis of corporate reporting on ethical issues by UK and German chemical and pharmaceutical companies. *The European Accounting Review* 9 (1): 53-79.

Aerts W. et Cormier D. (2009). Media legitimacy and corporate environmental communication. *Accounting, Organizations and Society* 34 (1): 1-27.

Aerts W., Cormier D. et Magnan M. (2006). Intra-Industry Imitation in Corporate Environmental Reporting: An International perspective. *Journal of Accounting and Public Policy* 25 (3): 299-331.

Aerts W., Cormier D. et Magnan M. (2008). Corporate Environmental Disclosure, Financial Markets and the Media: An International Perspective. *Ecological Economics* 63 (3-4): 613-626.

Agrawal A. et Mandelker G. (1992). Shark Repellents and the Role of Institutional Investors in Corporate Governance. *Managerial and Decision Economics* 13 (1): 15-22.

Agresti A. (1990). *Categorical Data Analysis*. New York: Wiley.

Allouche J. et Amann B. (2000). L'entreprise Familiale : un état de l'art. *Finance, Contrôle, Stratégie* 3 (1): 33-79.

Allouche J., Huault I. et Schmidt G. (2004). *La Responsabilité Sociale de l'Entreprise : la mesure détournée*. 15ème Congrès de l'Association Francophone de Gestion des Ressources Humaines, Montréal.

Allouche J. et Laroche P. (2005). *Responsabilité sociale et performance financière des entreprises : une synthèse de la littérature*. Colloque La responsabilité sociale de l'entreprise : réalité, mythe ou mystification ? Nancy.

Almeida (d') N. (2006). La perspective narratologique en organisations. In *Responsabilité sociale : vers une nouvelle communication des entreprises ?* (Eds, de la Broise P. et Lamarche T.). Lille : Septentrion, 27-38.

Alpha Etudes. (2003). *Les informations sociales dans les rapports annuels: quelle application de la loi NRE? – Une étude sur les sociétés du SBF 120*. Centre d'études économiques et sociales du groupe Alpha.

Alpha Etudes. (2004). *Les informations sociales dans les rapports annuels : deuxième année d'application de la loi NRE - Premiers éléments à partir des sociétés cotées du CAC 40*. Centre d'études économiques et sociales du groupe Alpha.

Alpha Etudes. (2005). *Les informations sociales dans les rapports annuels : troisième année d'application de la loi NRE – Premiers éléments à partir des sociétés cotées au CAC 40*. Centre d'études économiques et sociales du groupe Alpha.

Alpha Etudes. (2006). *Les informations sociales dans les rapports 2005 : quatrième année d'application de la loi NRE – Une analyse du reporting social des sociétés du CAC 40 assujetties à la loi NRE*. Centre d'études économiques et sociales du groupe Alpha.

Alpha Etudes. (2007). *Les informations sociales dans les rapports 2006: Cinquième année d'application de la loi NRE*. Centre d'études économiques et sociales du groupe Alpha.

Amann B., Caby J., Jaussaud J. et Piñiero, J. (2007). Activisme des actionnaires et responsabilité sociale des entreprises : une comparaison Espagne – France – Etats-Unis – Japon. *Revue de l'Organisation Responsable* 2 (2): 37-53.

Antheaume N. (2001). *La diffusion volontaire d'informations environnementales : le cas de la Cogema*. 22ème Congrès de l'Association Francophone de Comptabilité, Metz.

Antheaume N. (2003). Le rapport environnement/développement durable : Pourquoi publier et que publier ? *Revue Française de Comptabilité* 356, numéro spécial de juin.

Antheaume N. et Teller R. (2001). Quel regard vers d'autres formes de comptabilité: comptabilité sociétale et environnementale. In *Faire de la recherche en comptabilité financière* (Eds, Dumontier P. et Teller R.). Paris : Vuibert, 85-99.

Arcimoles (d') C.H. (1995). *Diagnostic financier et gestion des ressources humaines : Nécessité et pertinence du bilan social*. Paris : Economica.

Arcimoles (d') C.H. et Trébucq S. (2003). Une approche du rôle de l'actionnariat salarié dans la performance et le risque des entreprises françaises. *Revue Gestion des Ressources Humaines* 48: 1-20.

Ashforth B. et Gibbs B. (1990). The double-edge of organizational legitimation. *Organizational Science* 1 (2): 177-194.

Aw Y.T., Moroney R., et Windsor C. (2009). *The impact of assurance on the quality of voluntary environmental disclosures: an empirical analysis*. Annual conference of Accounting and Finance Association of Australia and New Zealand, Adelaide, Australia.

Ball A., Owen D.L. et Gray R. (2000). External transparency or internal capture ? The role of third-party statements in adding value to corporate environmental reports. *Business Strategy and the Environment* 9 (1): 1-23.

Ballet J. et De Bry F. (2001). *L'entreprise et l'éthique*. Pairs : Edition du seuil.

Bardin L. (1998). *L'analyse de contenu*. Paris : Presse Universitaire de France, Le psychologue.

Baret P. (2007). *Comprendre l'appropriation de la RSE : quel(s) éclairage(s) théorique(s) ?* 26ème Conférence Internationale de Management stratégique, Montréal.

Beets S.D. et Souther C.C. (1999). Corporate environmental reports: the need for standards and an environmental assurance service. *Accounting Horizons* 13 (2): 129-145.

Belkaoui A. et Karpik P. (1989). Determinants of the corporate decision to disclose social information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 2 (1): 36-51.

Bellini B. et Delattre E. (2007). L'impact boursier des annonces environnementales en France. *Management et Avenir* 12.

Benabdellah-Demaria S. (2008). *Les choix d'options comptables lors de la première application des normes IAS/IFRS : observation et compréhension des choix effectués par les groupes français*. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Nice: Université de Nice-Sophia Antipolis.

Ben Amar W. et Boujenoui A. (2008). Transparence de l'information au sujet des pratiques de gouvernance d'entreprise au Canada. *Comptabilité, Contrôle, Audit* 14 (1): 169-190.

Ben Ayed-Koubaa H. (2009). *L'impact des mécanismes internes de gouvernance de l'entreprise sur la qualité de l'information comptable*. 30ème Congrès de l'Association Francophone de Comptabilité, Strasbourg.

Ben Mlouka M. et Boussoura E. (2008). *La théorie néo-Institutionnelle contribue-t-elle à l'éclairage du concept de Responsabilité Sociétale ?* Colloque international : Responsabilité sociale des entreprises : nouveaux enjeux, nouveaux comportements, Tunis.

Ben Rhouma A. (2008). *Etude des déterminants de la divulgation environnementale et sociale des entreprises françaises*. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Nice: Université de Nice-Sophia Antipolis.

Ben Rhouma A. et Cormier D. (2007). *Déterminants de la communication sociale et environnementale des entreprises françaises*. 28ème Congrès de l'Association Française de Comptabilité, Poitiers.

Berland N. (2007). A quoi servent les indicateurs de la RSE ? Limites et modalités d'usage. In *Le développement durable en questions* (Eds, Montagne P.). Paris: L'harmattan, 41-64.

Berland N., Dreveton B. et Essid M. (2009). *Le coût de la protection de l'environnement*. 30ème Congrès de l'Association Française de Comptabilité, Strasbourg.

Berthelot S., Cormier D. et Magnan M. (2003). Environmental disclosure research: review and synthesis. *Journal of Accounting Literature* 22: 1-44.

Bewley K. et Li Y. (2000). Disclosure of environmental information by Canadian manufacturing companies: a voluntary disclosure perspective. *Advances in Environmental Management and Accounting*, 1: 201-226.

Blacconiere W.G. et Patten D.M. (1994). Environmental disclosures, regulatory costs and changes in firm values. *Journal of Accounting and Economics* 18 (3): 357-377.

Blackwell D.W., Noland, T.R. et Winters D.B. (1998). The value of auditor assurance: Evidence from loan pricing. *Journal of Accounting Research* 36 (1): 57-70.

Blaes I. (2009). *L'ISO 26000 : une vision partagée de la responsabilité sociétale au niveau mondial ?* Séminaire CRSDD/RIODD/REDD, Journée de recherche ISO 26 000 Québec.

Blanchet A. et Gotman A. (2005). *L'enquête et ses méthodes : L'entretien*. 2ème éditions, Paris: Colin.

Boiral O. (2006). La certification ISO 14 001: une perspective néo-institutionnelle. *Management International* 10 (3): 67-79.

Boitier M. et Rivière A. (2008). *Vers une perspective étendue de l'analyse néo-institutionnelles : quels apports pour la recherche en comptabilité-contrôle ?* 30ème Congrès de l'Association Française de Comptabilité, Cergy.

Borchani M. (2004). *Les déterminants de la stratégie sociétale des multinationales : étude exploratoire des entreprises étrangères en France*. 13ème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique, Paris.

Boujenoui A. et Zeghal D. (2006). Effet de la structure des droits de vote sur la qualité des mécanismes internes de gouvernance : cas des entreprises canadiennes. *Canadian Journal of Administrative Sciences* 23 (3): 183-201.

Bowen H.R. (1953). *The Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper and Row.

Bowman E.H. et Haire M. (1976). Social impact disclosure and corporate annual reports. *Accounting, Organizations and Society* 1 (1): 11-21.

Brammer S. et Pavelin S. (2006). Voluntary environmental disclosures by large UK companies. *Journal of Business Finance and Accounting* 33 (7-8): 1168-1188.

Bressoux P. (2008). *Modélisation Statistique Appliquée aux Sciences Sociales*. Bruxelles: De Boeck.

Brown T., Dacin P., Pratt M. et Whetten D. (2006). Identity, intended image, construed image, and reputation: an interdisciplinary framework and suggested methodology. *Journal of the Academy of Marketing Science* 34 (2): 95–106.

Brown N. et Deegan C. (1998). The public disclosure of environmental performance information - a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory. *Accounting and Business Research* 29 (1): 21-41.

Buhr N. et Freedman M. (2001). Culture, institutional factors and differences in environmental disclosure between Canada and the United States. *Critical Perspectives on Accounting* 12: 293-322.

Burlaud A. et Zarlowski P. (2003). La notation sociale. Entretien avec Geneviève Ferone. *Revue Française de Gestion* 147 (6): 77-84.

Burrel G. et Morgan G. (1979). *Sociological Paradigms and Organizational Analysis*. London: Heinemann.

Canto-Klein M. et Ramognimo N. (1974). Les faits sociaux sont pourvus de sens. Réflexions sur l'analyse de contenu. *Connections* 11 : 65-92.

Capron M. (2000a). *Esquisse d'une histoire de l'audit social aux Etats-Unis*. Actes des 6èmes journées d'Histoire de la Comptabilité et du Management, Faculté Jean Monnet, Sceaux.

Capron M. (2000b). Comptabilité sociale et sociétale. In *Encyclopédie de Comptabilité Contrôle de Gestion et Audit* (Eds, Colasse B.). Paris: Economica, 407-419.

Capron M. (2000c). Le bilan social. In *Encyclopédie de Comptabilité Contrôle de Gestion et Audit* (Eds, Colasse B.). Paris: Economica, 77-83.

Capron M. et Quairel F. (2001). Les dynamiques relationnelles entre les firmes et les parties prenantes. In *Rapport pour le Commissariat Général du Plan : «Gouvernement d'entreprise et gestion des relations avec les parties prenantes : information, évaluation des performances, contrôle externe*. Novembre 2001, pp. 243-407, publié sous forme de 3 cahiers de recherche ERGO-CREFIGE en janvier 2002.

Capron M. et Quairel F. (2003). *Reporting sociétal : limites et enjeux de la proposition de normalisation internationale « Global Reporting Initiative »*. 24ème Congrès de l'Association Francophone de Comptabilité, Louvain-la-Neuve.

Capron M. et Quairel F. (2004). *Mythes et réalités de l'entreprise responsable*. Paris : Edition La Découverte.

Capron M. et Quairel F. (2007). *La responsabilité sociale d'entreprise*. Paris : Edition La Découverte.

Capron M. et Quairel F. (2009). Le rapportage du développement durable : volontariat ou obligation ? *Revue de l'Organisation Responsable* 4 (2): 19-29.

Carey P., Simnett R. et Tanewski G. (2000). Voluntary demand for internal and external auditing by family businesses. *Auditing: A Journal of Theory of Practice* 19: 37-51.

Carney M. (2005). Corporate governance and competitive advantage in family- controlled firms. *Entrepreneurship Theory and Practice* 29 (3): 249- 265.

Carroll A.B. (1979). A three dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review* 4 (4): 497-505.

Casta J.F. (2000). Politique comptable des entreprises. In *Encyclopédie de comptabilité contrôle de gestion et Audit* (Eds, Colasse B.). Paris : Economica, 961-975.

Casta J.F. (2000). Théorie positive de la comptabilité. In *Encyclopédie de comptabilité contrôle de gestion et Audit* (Eds, Colasse B.). Paris : Economica, 1223-1232.

Cazal D. (2008). Parties prenantes et RSE: des enjeux sociopolitiques au-delà des contrats. *Revue de l'Organisation Responsable* 3 (1): 12-23.

Chabchoub M. et Mrabet M. (2007). *Gestion du résultat et introduction en bourse : cas des entreprises tunisiennes*. 28ème Congrès de l'Association Française de Comptabilité, Poitiers.

Champion E. et Gendron C. (2003). *Chantier Responsabilité Sociale Corporative*. Document de synthèse en appui à la réflexion du Chantier RSE, Chaire Economie et Humanisme, Université du Québec à Montréal.

Charlier P. et Du Boys C. (2009). *Gouvernance familiale et répartition de la valeur : Etude des politiques de distribution aux actionnaires des entreprises familiales cotées*. 30ième Congrès de l'Association Francophone de Comptabilité, Strasbourg.

Charreaux G. (1997). Introduction générale et Vers une théorie du gouvernement d'entreprise. In *Le gouvernement des entreprises-théories et faits* (Eds, Charreaux G.). Paris : Economica, 1-13 et 421-469.

Charreaux G. (2000a). La théorie positive de l'agence : positionnement et apports. *Revue d'Économie Industrielle* 92 (1): 193-214.

Charreaux G. (2000b). Gouvernement d'entreprise et comptabilité. In *Encyclopédie de Comptabilité, Contrôle de gestion et Audit* (Eds, Colasse B.). Paris : Economica, 43-756.

Charreaux G. (2003). Le gouvernement d'entreprise. In *Encyclopédie des ressources humaines* (Eds, Allouche J.). Paris : Vuibert, 628-640.

Charreaux G. et Desbrières P. (1998). Gouvernance des entreprises: valeur partenariale contre valeur actionnariale. *Finance, Contrôle, Stratégie* 1(2) : 57-88.

Charreaux G. et Pitol-Belin J.P. (1984). *La théorie contractuelle des organisations: une application au conseil d'administration*. Document de travail du Fargo-Latec, Université de Bourgogne.

Chau G.K. et Gray S.J. (2002). Ownership structure and corporate voluntary disclosure in Hong Kong and Singapore. *The International Journal of Accounting* 37: 247-265.

Chauvey J.N. et Giordano-Spring S. (2007). *L'hypothèse de la captation managériale du reporting sociétal : une étude empirique des sociétés du SBF120*. 28ème Congrès de l'Association Française de Comptabilité, Poitiers.

Cheng E. et Courtenay S. (2006). Board composition, regulatory regime and voluntary disclosure. *The International Journal of Accounting* 41: 262-289.

Chow C.W. (1982). The demand for external auditing: Size, debt and ownership influences. *The Accounting Review* 57 (2): 272-291.

Chua W. F. (1986). Radical Developments in Accounting Thought. *The Accounting Review* 61 (4): 601-632.

Clarkson M.B.E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Reviews* 20 (1): 92-117.

Cohen J. (1968). Weighted kappa: Nominal scale agreement with provisions for scaled disagreement or partial credit. *Psychological Bulletin* 70: 213-220.

Combemale M. et Igalens J. (2005). *L'audit social*. Collection Que sais-je ?, Paris : PUF.

Cooke T.E. (1989). Voluntary corporate disclosure by Swedish companies. *Journal of International Financial Management and Accounting* 1 (2): 171-195.

Cooke T. (1992). The impact of size, stock market listing and industry type on disclosure in the annual reports of Japanese listed corporations. *Accounting and Business Research* 22 (87): 229-237.

Cooper D. (1983). Tidiness, muddle and things: Commonalities and divergences in two approaches to management accounting research. *Accounting, Organizations and Society* 8 (2-3): 269-286.

Cormier D. (2007). *Comptabilité Anglo-Saxonne et Internationale*. 2ème édition, Paris: Economica.

Cormier D. et Godon I. (2001). An Examination of Social and Environmental Reporting Strategies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 14 (5): 587-616.

Cormier D., Gordon I. et Magnan M. (2004). Corporate Environmental Reporting: Contrasting Management's Values with Reality. *Journal of Business Ethics* 49 (2): 143-165.

Cormier D. et Magnan M. (1996). L'attitude des investisseurs boursiers face au bilan environnemental de l'entreprise : une étude canadienne. *Comptabilité, Contrôle, Audit* 2 (2): 25-50.

Cormier D. et Magnan M. (1999). Corporate Environmental Disclosure Strategies: Determinants, Cost and Benefits. *Journal of Accounting, Auditing and Finance* 14 (4): 429-451.

Cormier D. et Magnan M. (2003). Environmental Reporting Management: A continental European Perspective. *Journal of Accounting and Public Policy* 22 (1): 43-62.

Cormier D. et Magnan M. (2004). The impact of the web on information and communication modes: the case of corporate environmental disclosure. *Journal of Technology Management* 27 (4): 393-416.

Cormier D., Magnan M. et Aerts W. (2006). *The association between governance, media, economic factors and web-based disclosure: some Canadian evidence*. Working Paper, June. Université du Québec à Montréal (http://www.cifo.uqam.ca/publications/cahiers.asp).

Cormier D., Magnan M. et Van Velthoven W. (2001). *Environnemental reporting Management : an International Perspective*. Working Paper, Université du Québec à Montréal (www.UQAM.ca/crg).

Cormier D., Magnan M. et Van Velthoven B. (2005). Environmental Disclosure Quality in Large German Companies: Economic Incentives, Public Pressures or Institutional Conditions? *European Accounting Review* 14 (1): 3-39.

CorporateRegister.com (2008). *Assure view: the CSR assurance statement report*. CorporateRegister.com.

CorporateRegister.com (2010). *CRRA Reporting Awards'10: Global Winners and reporting Trend*. CorporateRegister.com.

Cowen S., Ferreri L. et Parker L. (1987). The impact of corporate characteristics on social responsibility disclosure: a typology and frequency-based analysis. *Accounting Organizations and Society* 12 (2): 111-122.

Crawford S. (2007). Social and environmental reporting and the corporate ego. *Business Strategy and the Environment* 18 (4): 254-265.

Cumming JF. (2001). Focus on social and ethical auditing: engaging stakeholders in corporate accountability programmes: a cross-sectoral analysis of UK and transnational experience. *Business Ethics: A European Review* 10 (1): 44-52.

Dacin M.T., Goodstein J. et Scott W.R. (2002). Institutional Theory and Institutional Change: Introduction to the Special Research Forum. *Academy of Management Journal* 45 (1): 45-57.

Daily C.M. et Dollinger M.J. (1992). An empirical examination of ownership, structure in family versus non- family managed business. *Family Business Review* 5 (2): 117- 136.

Damak-Ayadi S. (2004). *La publication des rapports sociétaux par les entreprises françaises*. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Paris : Université de Paris 9 Dauphine.

Dambrin C. et Lambert C. (2006). Le deuxième sexe dans la profession comptable : Réflexion théoriques et méthodologiques. *Comptabilité, Contrôle, Audit* numéro thématique - octobre 2006: 101-138.

Dando N. et Swift T. (2003). Transparency and Assurance: Minding the Credibility Gap. *Journal of Business Ethics* 44: 195-200.

Dardour A. (2009). *L'influence de la gouvernance et de la performance sur la rémunération des dirigeants : le rôle des réseaux sociaux dans les entreprises françaises cotées*. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Toulouse : Université Toulouse 1 Capitole.

Davis J.A et Taguiri, R. (1982). Bivalent attributes of the family firm, Santa Barbara, CA: Owner Managed Business Institute.

De Angelo L.E. (1981). Auditor size and audit quality. *Journal of accounting and Economics* 3: 183-199.

De Angelo L. E. (1982). Mandated Successful Efforts and Auditor Choice. *Journal of Accounting and Economics* 4 (12): 171-203.

De Bonville J. (2000). *L'Analyse de contenu des médias. De la problématique au traitement statistique*. Bruxelles: De Boeck Université.

De Bourmont M. (2009). *Les études portant sur les déterminants d'une publication volontaire d'informations au sein des rapports annuels : une approche analytique et méthodologique appliquée à la recherche et développement*. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Paris : Ecole des Hautes Etudes Commerciales.

Decock-Good C. (2000). *Des déterminants de la responsabilité sociétale des entreprises : le cas du mécénat*. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Paris: Université Paris Dauphine.

Decock-Good C. (2001). *Les déterminants de l'implication mécénique des entreprises: un test de la théorie des parties prenantes*. 22ème Congrès de l'Association Française de Comptabilité, Metz.

Deegan C., Cooper B. et Shelley M. (2005). An investigation of TBL report assurance statements: Australian evidence. *Australian Accounting Review* 16 (2): 2-19.

Deegan C., Cooper B. et Shelly M. (2006). An Investigation of TBL report assurance statements: UK and European evidence. *Managerial Auditing Journal* 21 (4): 329-371.

Deegan C. et Gordon B. (1996). A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations. *Accounting and Business Research* 26 (3): 187-199.

Deegan C. et Rankin M. (1996). Do Australian companies report environmental news objectively? An analysis of environmental disclosures by firm prosecuted successfully by the Environmental Protection Authority. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 9 (2): 50-67.

Deegan C. et Rankin M. (1997). The materiality of environmental information to users of annual reports. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 10 (4): 562-583.

Deegan C., Rankin M. et Tobin J. (2002). An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing and Accountability* 15 (3): 312-343.

Deephouse D.L. et Carter S.M. (2005). An examination of differences between organizational legitimacy and organizational reputation. *Journal of Management Studies* 42 (2): 329–360.

Defond M.L. (1992). The association Between Changes in Client Firm Agency Costs and Auditor Switching. *Auditing: A journal of Practice and Theory* 11 (1): 1992.

Déjean F. (2000). *Contribution à l'étude de l'investissement socialement responsable. Les stratégies de légitimation des sociétés de gestion*. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Paris : Université Paris Dauphine.

Déjean F. (2005). *Les sociétés de gestion à l'origine de l'émergence de l'Investissement Socialement Responsable en France?* 3ème Congrès de l'Association pour le Développement de l'Enseignement et de la Recherche sur la Responsabilité Sociale de l'Entreprise, Lyon.

Déjean F. et Martinez I. (2009a). Communication environnementale des entreprises du SBF 120 : Déterminants et conséquences sur le coût du capital actions. *Comptabilité, Contrôle, Audit* 15 (1): 55-78.

Déjean F. et Martinez I. (2009b). Environmental Disclosure and the Cost of Equity: The French Case. *Accounting in Europe* 6 (1): 57-80.

Deloitte. (2007). *Vérification des indicateurs de développement durable : Une analyse des pratiques des entreprises du SBF 120 en 2006*. Etude de Deloitte d'octobre 2007.

De Moor P. et De Beelde I. (2005). *Environmental auditing and the role of the accountancy profession: a literature review*. 28ème Congrès de l'European Accounting Association, Göteborg, Suède.

Depoers F. (2000). L'offre volontaire d'information des sociétés cotées : concept et mesure. *Comptabilité, Contrôle, Audit* 6 (2): 115-131.

Desbarats I. (2009). *L'encadrement juridique de la responsabilité sociétale des entreprises: réalisations et potentialités du droit français*. 4ème Congrès du Réseau International de recherche sur les Organisations et le Développement Durable, Lille.

Desbrières P. (2002). Les actionnaires salariés. *Revue française de gestion* 5 (141): 255-281.

De Serres A. (2005). Une analyse comparative des stratégies d'intervention en matière de gouvernance éthique et de responsabilité sociale des entreprises aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et en France. *La Revue des Sciences de Gestion, Direction et Gestion* 211-212.

Desjardins J. (2005). L'analyse de régression logistique. *Tutorial in quantitative methods for psychology* 1 (1): 35-41.

Desreumaux A. (2004). Théorie néo-institutionnelle, management stratégique et dynamique des organisations. In *Institutions et gestion* (Eds, Huault, I.). Paris : Vuibert/Fnege, 29-47.

Desreumaux A. et Hafsi T. (2006). Les théories institutionnelles des organisations : une perspective internationale. *Management International* 10 (3): 1-18.

DiMaggio P.J. et Powell W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review* 48 (2): 147-160.

DiMaggio P.J. et Powell W. (1991). *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. The University of Chicago Press, Chicago.

Dixon R., Mousa G.A. et Woodhead A.D. (2004). The necessary characteristics of environmental auditors: a review of the contribution of the financial auditing profession. *Accounting Forum* 28 (2): 119-138.

Donaldson T. et Preston L.E. (1995). The stakeholders theory of the corporation: concepts, evidence, and implications. *Academy of Management Review* 20 (1): 65-91.

Dondi J. (1992). *Contribution à la connaissance de l'actionnariat des salariés dans les entreprises françaises*. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Grenoble : Université Grenoble 2.

Dowling J. et Pfeffer J. (1975). Organizational legitimacy: social values and organizational behavior. *Pacific Sociological Review* 18 (1): 122-136.

Duong Q.L. (2004). *Vers une typologie des outils de communication sur la responsabilité sociale de l'entreprise*. 1er Journée Thématique du Nord-est de la France sur la Communication Marketing, Université Robert Schuman, Nancy.

Elliott R. K. et Jacobson P.D. (2002). The evolution of the Knowledge Professional. *Accounting Horizons* 16 (1): 69-80.

Elliott D. et Patton D. (1998). Environmental audit response: the case of the engineering sector. *Greener Management International* 22: 83-95.

Eng L.L. et Mak Y.T. (2003). Corporate governance and voluntary disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy* 22: 325-345.

Ernst et Ernst (1978). *1977 Survey of Fortune 500 Annual Reports*. Ernst and Ernst Cleveland Ohio.

Essid M. (2009). *Les mécanismes de contrôle de la performance globale : le cas des indicateurs non financiers de la RSE*. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Paris: Université Paris-Sud-Faculté Jean Monnet.

Evraert S. et Lacroix M. (2005). Responsabilité Sociale et Reporting de la Performance. In *La responsabilité sociale de l'entreprise : Mélanges en l'honneur du Professeur Roland Pérez* (Eds, Le Roy F. et Marchesnay M.). Colombelles : Editions EMS, 37-46.

Evrard Y., Pras B. et Roux E. (2003). *Market. Etudes et recherches en Marketing*. 3ème édition, Paris : Dunod.

Faccio M. et Lang L. (2002). The ultimate ownership of Western European corporations. *Journal of Financial Economics* 65: 365-395.

Fama E. (1980). Agency Problems and the Theory of the Firm. *Journal of Political Economy* 88: 288-307.

Fama E. et Jensen M. (1983). Separation of ownership and control. *Journal of law and economics* 27 (2): 301-326.

FEE. (2002). *FEE Discussion Paper: Providing assurance on sustainability reports*. Fédération des Experts Comptables Européens: Brussels.

FEE. (2006). *Key issues in sustainability assurance: An overview*. Fédération des Experts Comptables Européens: Brussels.

Fern E.F. (1982). The use of focus groups for idea generation: the effects of group size, acquaintanceship, and moderator on response quantity and quality. *Journal of Marketing Research* 19 (1): 1-13.

Fombrun C. (1996). *Reputation: Realizing value from the corporate image*. Boston: Harvard Business School Press.

Fontana A. et Frey J.H. (2000). The interview: From structured questions to negociated text. In. *Handbook of Qualitative Research* (Eds, Denzin N.K. et Lincoln Y.S.). 2ème édition, Sage Publications, Thousand Oaks, California.

Forker J. (1992). Corporate Governance and Disclosure Quality. *Accounting and Business Research* 22 (86): 111-124.

Francoeur C., Labelle R. et Martinez I. (2008). Governance and the Decision to Issue a Profit Warning. *Canadian Journal of Administrative Science* 25 (4): 317-333.

Freeman R.E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.

Freedman M et Jaggi B. (1982). An Analysis of the Informational Content of Pollution Disclosures. *The Financial Review* 17: 143-152.

Friedman M. (1962). *Capitalism and Freedom*. Chicago: University of Chicago Press.

Gallo M.A. et Kenyon- Rouvinez D. (2004). L'importance de la gouvernance familiale et de la gouvernance entrepreuneuriale. In *Les entreprises familiales* (Eds, Kenyon- Rouvinez D. et Ward J.L). Collection Que sais-je ? Paris : PUF.

Garric N., Léglise I. et Point S. (2007). Le rapport RSE, outil de légitimation? Le cas Total à la lumière d'une analyse du discours. *Revue de l'Organisation Responsable* 2 (1): 5-19.

Garson D. (2007). *Logistic regression*. http://www2.chass.ncsu.edu/garson/pa765/logistic.htm.

Geddes M. (1992). The social audit movement. In *Green Reporting: Accountancy and the challenge of the nineties* (Eds, Owen D.L.). London: Chapman et Hall, 215-241.

Gelb D.S. (2000). Managerial ownership and accounting disclosures: an empirical analysis. *Review of Quantitative Finance and Accounting* 15 (2): 169-185.

Gendron C. (2001). *Ethique et développement économique : Le discours des dirigeants sur l'environnement*. Doctorat en Sociologie, Montréal : Université du Québec à Montréal (UQAM).

Gharbi H. et Lepers X. (2008). Actionnariat salarié et enracinement des dirigeants : Un essai de compréhension. *Innovations* 27: 121-146.

Gibbins M., Richardson A. et Waterhouse J. (1990). The management of corporate financial disclosures: opportunism, ritualism, policies and process. *Journal of Accounting Research* 28 (1): 121-143.

Gillet C. (2010). Les comptes rendus d'assurance contenus dans les rapports de développement durable : Une analyse des pratiques des entreprises françaises. *Management et Avenir* 6 (36) : 35-53.

Gillet C. et Martinez I. (2010a). *La vérification des informations sociétales : l'influence de la structure de propriété et du CA*. 31ème Congrès Annuel de l'Association Francophone de Comptabilité, Nice.

Gillet C. et Martinez I. (2010b). *La décision de vérification sociétale : impact de la gouvernance interne et conséquences sur le marché financier*. 9ème Conférence Internationale de Gouvernance, Metz.

Ginglinger E. (2002). L'actionnaire comme contrôleur. *Revue Française de Gestion* 28 (141): 37- 55.

Giordano-Spring S. (2008). *Accounting ceremony in corporate social reports*. 29ème Congrès de l'Association Française de Comptabilité, Cergy.

Giordano-Spring S. et Rivière-Giordano G. (2007*). Le reporting sociétal à l'épreuve des théories normatives comptables*. 28ème Congrès de l'Association Française de Comptabilité, Poitiers.

Giordano-Spring S. et Rivière-Giordano G. (2008). Reporting sociétal et IFRS: quelle cohérence ? *Revue Française de Gestion* 6 (186): 19-34.

Gladwin T.N., Kennelly J.J. et Krause T.S. (1995). Shifting Paradigms for Sustainable Development: Implications for Management Theory and Research. *Academy of Management Review* 20(4): 874-907.

Global Reporting Initiative. (2002, 2003, 2006). *Lignes directrices pour le reporting développement durable*. Versions : 2002, 2003, 2006 (www. globalreporting.org/guidelines).

Godard L. (2002). La taille du conseil d'administration: déterminants et impact sur la performance. *Revue Sciences de gestion* 33: 125-148.

Godard L. et Schatt A. (2005a). Caractéristiques et fonctionnement des conseils d'administration français : un état des lieux. *La Revue Française de Gestion* 31 (158): 69-87.

Godard L. et Schatt A. (2005b). Les déterminants de la qualité des conseils d'administration français. *Gestion 2000,* 22(4): 81-101.

Gomez P.Y. (2001). *La République des Actionnaires: le gouvernement des entreprises, entre démocratie et démagogie*. Paris: Edition Syros.

Gond J.P. et Mercier P. (2004). *Les théories des parties prenantes : une synthèse critique de la littérature*. 15ème Congrès de l'Association francophone de Gestion des Ressources Humaines, Montréal.

Gond J.P. et Mullenbach A. (2004). Les fondements théoriques de la responsabilité sociétale de l'entreprise. *Revue des Sciences de Gestion* 205: 93-116.

Gonthier-Besacier N. (2001). Une mesure de l'impact de la reformulation du rapport général des commissaires aux comptes. *Comptabilité, Contrôle, Audit* 7 (1): 161-182.

Gray R. (2000). Current developments and trends in social and environmental auditing, reporting and attestation: a review and comment. *International Journal of Auditing* 4 (3): 247-268.

Gray R. (2001). Thirty years of social accounting, reporting and auditing: what (if anything) have we learnt? *Business Ethics: A European Review* 10 (1): 9-15.

Gray R. (2002). The social accounting project and Accounting, Organizations and Society: Privileging engagement, imaginings, new accountings and pragmatism over critique. *Accounting, Organizations and Society* 27 (7): 687-708.

Gray R. (2005). Reporting and Accounting. In *Environmental Management in Organizations* (The IEMA Handbook) (Eds, Brady J.). London: Earthscan, 307-317.

Gray R. et Bebbington J. (2001). *Accounting for the Environment*. SAGE publications, London.

Gray R., Kouhy R. et Lavers S. (1995). Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 8 (2): 47-77.

Gray R., Owen D. et Adams C. (1996). *Accounting and Accountability: Changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. London: Prentice Hall.

Griffin J.J. et Mahon J.F. (1997). The corporate social performance and corporate financial performance debate. *Business and Society* 36 (1): 5-31.

Guthrie J. E. et Parker L. D. (1990). Corporate social disclosure practice: a comparative international analysis. *Advances in Public Interest Accounting* 3: 159-76.

Hackston D. et Milne M. (1996). Some determinants of social and environmental disclosure in New-Zealand companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 9 (1): 77-108.

Harte G., Lewis L. et Owen D. (1991). Ethical investment and the corporate reporting function. *Critical Perspectives on Accounting* 2: 227-253.

Hasan M., Maijoor S., Mock T.J., Roebuck P., Simnett R. et Vanstraelen A. (2005). The different types of assurance services and levels of assurance provided. *International Journal of Auditing* 9: 91-102.

Hasselbaldh H. et Kallinikos, J. (2000). The project of rationalization: A critique and reappraisal of neo-institutionalism in organization studies. *Organization Studies* 21 (4): 697-723.

Heemskerk B., Pistorio P. et Sicicluna M. (2003). *Sustainable development reporting: Striking the balance*. Report of WBCDD World Business Council for Sustainable Development.

Herda D. et Taylor M. (2009). *A worldwide comparison of assurance on corporate social responsibility reports: Are audit firms willing to sustain this line of service?* American Accounting Association Southwest Region, Dallas Texas.

Herrbach O. (2000). *Le comportement au travail des collaborateurs de cabinets d'audit financier; une approche par le contrat psychologique*. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Toulouse : Université Toulouse 1 Capitole.

Hibbit C. (2003). *External environmental disclosure and reporting by large European companies: An economic, social and political analysis of managerial behaviour*. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Amsterdam: Vrije Universiteit.

Hill C.W.L. et Jones T.M. (1992). Stakeholder-agency theory. *Journal of Management Studies* 29 (2): 131-154.

Hillman A. J. et Keim G.D. (2001). Shareholder Value, Stakeholder Management, and Social Issues: What's the Bottom Line? *Strategic Management Journal* 22 (2): 125-139.

Ho S. et Wong K. (2001). A study of the relationship between corporate governance and structures and the extent of voluntary disclosure. *Journal of International Accounting Auditing and Taxation* 10: 139-156.

Hodge K., Subramaniam N. et Stewart J. (2007). *Assurance of Sustainability Reports: Impact on Report Users' Perceptions of Reliability*. Annual conference of Accounting and Finance Association of Australia and New Zealand. Gold Coast, Australia.

Hoffman A.J. (1999). Institutional Evolution and Change: Environmentalism and the U.S. Chemical Industry. *Academy of Management Journal* 42 (4): 351-371.

Hoffman A.J. et Ventresca M. (2002). *Organizations, Policy and the Natural Environment: Institutional and Strategic Perspectives*. Stanford: Stanford University Press.

Hopper T. et Powell A. (1985). Making sense of research into the organizational and social aspects of management accounting: a review of the underlying assumptions. *Journal of Management Studies* 22 (5): 429-463.

Hosmer D. W. et Lemeshow S. (1989). *Applied Logistic Regression*. New York: John Wiley & Sons.

Hubbard G. (2009). *Unsustainable Reporting*. CR Debates, The Royal Institution of Great Britain, London.

Humphrey N., Hadley M. et Baxter M. (2000). *Environmental auditing*. Palladian Law Publishing, Bembridge.

IAASB. (2004). International Standard on Assurance Engagements 3000. New York: International Federation of Accountants.

Ibrahim N. et Angelidis J. (1994). Effect of board members' gender on corporate social responsiveness orientation. *Journal of Applied Business Research* 10 (1): 35-41.

IFAC. (2002). *The Determination and Communication of Levels of Assurance Other Than High*. New York: International Federation of Accountants.

Igalens J. (2000). *Audit des ressources humaines*. 3ème édition, Paris : Liaisons.

Igalens J. (2004a). Comment évaluer les rapports de développement durable. *Revue Française de gestion* 30 (152) Dossier le Développement Durable.

Igalens J. (2004b). Analyse des premiers avis des commissaires aux comptes concernant la responsabilité sociale de l'entreprise. In *Regards croisés en l'honneur de Bernard Galambaud* (Eds, Bournois F. et Leclair P.). Paris: Economica.

Igalens J. (2009). Norme de responsabilité et responsabilité des normes : le cas d'ISO26000. *Management et Avenir* 3 (23): 91-104.

Igalens J., Déjean F. et El Akremi A. (2008). L'influence des systèmes économiques sur la notation sociétale. *Revue française de Gestion* 183(3) : 135-155.

Igalens J. et Gond J.P. (2003). Mesure de la performance sociale de l'entreprise : une analyse critique et empirique des données ARESE. *Revue Française de gestion des Ressources humaines* 50: 111-130.

Igalens J. et Peretti J.M. (1980). *Le bilan social de l'entreprise*. Collection Que sais-je ? Paris : PUF.

Igalens J. et Point S. (2009). *Vers une nouvelle gouvernance des entreprises : l'entreprise face à ses parties prenantes*. Paris: Dunod.

ISAE3000. (2005). *Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information*, Document de l'International Standard on Assurance Engagements 3000.

ISO (2008). *Guidance on Social Responsibility*. ISO 26000 Working Draft, ISO/TMB WG SR N157.

Jensen M.C. (1993). The Modern Industrial Revolution, Exit, and the Failure of Internal Control Systems. *Journal of Finance* 48 (3): 831-880.

Jensen M.C. et Meckling W. (1976). Theory of the firm: Managerial behaviour, agency costs, and capital structure. *Journal of Financial Economics* 3: 305-360.

Jolibert A. et Jourdan P. (2006). *Marketing Research: Méthodes de recherche et d'études en marketing*. Paris : Dunod.

Jones T.M. (1995). Instrumental Stakeholder Theory: A Synthesis of Ethics and Economics. *Academy of Management Review* 20 (2): 404-437.

Joras M. (2000). *Les fondamentaux de l'audit*. 2ème édition, Bordeaux : Préventique.

Jose A. et Lee S. M. (2007). Environmental Reporting of Global Corporations: A Content Analysis based on Websites Disclosures. *Journal of Business Ethics* 72(4): 307-321.

Kaler J. (2002). Responsibility, accountability and governance. *Business Ethics: A European Review* 11 (4): 327-334.

Kessler D. (2001). L'entreprise entre transparence et secret. *Pouvoirs* 2 (97): 33-46.

Kinnear P. et Gray C. (2005). *SPSS facile appliqué à la psychologie et aux sciences sociales: Maîtriser le traitement de données*. Bruxelles : De Boeck.

Klarsfeld A. et Delpuech C. (2008). La RSE au-delà de l'opposition entre volontarisme et contrainte : l'apport de la théorie de la régulation sociale et de la théorie néo-institutionnelle. *Revue de l'Organisation Responsable* 1 (3): 53-64.

Klein A. (2002). Audit Committee, Board of Directors and Earnings Management. *Journal of Accounting and Economics* 33 (3): 375-400.

Klein B. et Leffler K. (1981). The Role of Market Forces in Assuring Contractual Performance. *Journal of Political Economy* 89 (4): 615-41.

Knechel WR., Eilifsen A., Wallage P. et Praag BV. (2006). The demand attributes of assurance services and the role of independent accountants. *International Journal of Auditing* 10 (2): 143-162.

Kolk A. (2003). Trends in sustainability reporting by the Fortune Global 250. *Business Strategy and the Environment* 12: 279-291.

Kolk A. (2004). A decade of sustainability reporting: developments and significance. *International Journal of Environment and Sustainable Development* 3 (1): 51-64.

Kolk A. (2005). Environmental reporting by multinationals from the Triad: Convergence or divergence? *Management International Review* 45 (1): 145-166.

Kolk A. et Perego P. (2010). Determinants of adoption of sustainability assurance statements: an international investigation. *Business Strategy and the Environment* 19 (3): 182-198.

KPMG. (2002, 2005, 2006). *International Survey of Corporate Sustainability Reporting*. KPMG Global Sustainability Services, De Meern, The Netherlands.

KPMG. (2009). *22 bonnes pratiques pour améliorer votre rapport annuel*. Etude KPMG, Sustainability Services.

KPMG. (2009). *Développement durable : Attentes des investisseurs et pratiques des groupes du SBF 120*. Etude KPMG, Sustainability Services.

KPMG et Publicorp (2006). *Rapport de développement durable : vers une meilleure information, en quantité comme en qualité*. Presse Informations, Paris, 5 octobre 2006.

Kramer V., Konrad A. et Erkut S. (2006). *Critical Mass on Corporate Boards: Why Three or More Women Enhance Governance.* Wellesley Centers for Women.

Labelle R. et Schatt A. (2005). Structure de propriété et communication financière des entreprises françaises. *Finance, Contrôle et Stratégie* 8 (3): 77-104.

Lakhal F. (2005). Voluntary earnings disclosures and corporate governance: Evidence from France. *The Review of Accounting and Finance* 4 (4): 64-85.

Landis J. R. et Koch G.G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics* 33: 159-174.

Lansen-Rogers J. et Oelschlaegel J. (2005). *Assurance Standards briefing AA1000 assurance standard and ISAE3000*. Etude réalisée conjointement par AccountAbility et KPMG Sustainability.

La Porta R., Lopez-de-Silanes F. et Shleifer A. (1999). Corporate ownership around the World. *Journal of Finance* 54 (2): 471-518.

Lauriol J. (2004). Le développement durable à la recherche d'un corps de doctrine. *Revue Française de Gestion* 30 (152) : 137-.150.

Leca B. (2006). Pas seulement des "lemmings". Les relations entre les organisations et leur environnement dans le néo-institutionnalisme. *Finance, Contrôle, Stratégie* 9 (4): 67-86.

Lee T.M. et Hutchison P.D. (2005). The decision to disclose environmental information: A research review and agenda. *Advances in Accounting* 21: 83-111.

Li Y., Richardson G.D. et Thornton D.B. (1997). Corporate disclosure of environmental liability information: theory and evidence. *Contemporary Accounting Research* 14 (3): 435-474.

Lindblom C.K. (1994). *The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure*. Conférence Critical Perspectives on Accounting, New York.

Livre Vert (2001). *Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises*. Qu'est ce que la responsabilité sociale des entreprises ? COM(2001) 366.

Longstreth B. et Rosenbloom H.D. (1973). *Corporate Social responsibility and the institutional investor*. Praeger publishers.

Lymer A. (1997). The use of the internet for corporate reporting - a discussion of the issues and survey of current usage in the UK. *Journal of Financial Information System*, (http://www.shu.ac.uk/jfis).

Maati J. (1999). *Le gouvernement d'entreprise*. Paris-Bruxelles: De Boeck Université.

Madani W.E. (2009). *Conseil d'administration dans les entreprises familiales: Eclairage de la littérature théorique et empirique*. 18ème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique, Grenoble.

Margolis J.D. et Walsh J.P. (2003). Misery Loves Companies: Whither Social Initiatives by Business? *Administrative Science Quarterly* 48: 268-305.

Martin M. (2002). Quand la gestion sociétale des sociétés devient une obligation légale. *Revue Française de Comptabilité* 344: 13-14.

Martin V. et Pignatel I. (2004). Les instances de pourvoir des 500 premiers groupes français. Un monde « androcentrique ». *Revue Française de Gestion* 4 (151): 161-172.

Martinet A.C. (2002). L'actionnaire comme porteur d'une vision stratégique. *Revue Française de Gestion* 5 (141): 57-76.

Martinez I. (2008). La communication financière des entreprises cotées : pouvoir des dirigeants ou des actionnaires ? In *Mélanges offerts à Pierre Spiteri*, Presses de l'Université des Sciences Sociales de Toulouse.

Mathews M.R. (1993). *Socially responsible accounting*, Chapman and Hall, London.

Mathews M.R. (1995). Social and environmental accounting: a practical demonstration of ethical concern? *Journal of Business Ethics* 14 (8): 663-671.

Mathews M.R. et Perera M.H.B. (1991). *Accounting theory and development*. Chapman and Hall, London.

Matten D et Moon J. (2008). 'Implicit' and 'Explicit' CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review* 33 (2): 404-424.

McGuire, J. B., Schneeweiss T. et Branch B. (1990). Perceptions of firm quality: A cause or result of Social-Financial Performance Link 317 firm performance. *Journal of Management* 16 (1): 167-180.

McGuire, J. B., Schneeweiss T. et Sundgren A. (1988). Corporate social responsibility and firm financial performance. *Academy of Management Journal* 31 (4): 854-872.

McWilliams A. et Siegel D. (2000). Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification? *Strategic Management Journal* 21(5): 603-609.

Medawar C. (1976). The Social Audit-A Political View. *Accounting, Organizations and Society* 1 (4): 389-394.

Meek G.K., Roberts C.B. et Gray S.J. (1995). Factors influencing voluntary annual report disclosures by U.S., U.K. and continental European multinational corporations. *Journal of International Business Studies*. 26 (3): 555-572.

Menard S. (2002). *Applied logistic regression analysis*. 2ème édition, Newbury Park, CA: Sage.

Meyer J. W. et Rowan B. (1977). Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology* 83 (2): 340-363.

Meyer J. W. et Scott W. R. (1983). Centralization and the legitimacy problems of local government. In. *Organizational environments: ritual and rationality* (Eds, Meyer J.W. et Scott W.R.). Beverly Hills: Sage Publications.

Mikol A. (2003). La communication environnementale de l'entreprise. *Revue Française de Gestion* 29 (147): 151-159.

Miller D. et Le Breton-Miller I. (2006). Family Governance and Firm Performance: Agency, Stewardship, and Capabilities. *Family Business Review* 19 (1): 73-87.

Mitchell Williams S. et Ho Wern Pei C. (1999). Corporate social disclosure by listed companies on their web sites: an international comparison. *The International Journal of Accounting* 34 (3): 389-419.

Mizruchi, M.S. et Fein L.C. (1999). The Social Construction of Organizational Knowledge: A Study of the Uses of Coercive, Mimetic and Normative Isomorphism. *Administrative Science Quarterly* 44 (4): 653-683.

Mock TJ., Strohm C. et Swartz KM. (2007). An examination of worldwide assured sustainability reporting. *Australian Accounting Review* 17 (1): 67-77.

Mtanios R. et Paquerot M. (1999). Structure de propriété et sous performance des firmes : une étude empirique sur le marché au comptant, le règlement mensuel et le second marché. *Finance, Contrôle et Stratégie*. 2 (4): 157-179.

Mutz D.C. et Soss J. (1997). Reading Public Opinion: The Influence of news coverage on perceptions of public sentiment. *Public Opinion Quarterly* 61 (3): 431-451.

Ness K.E. et Mirza A.M. (1991). Corporate social disclosure: a note test of agency theory. *British Accounting Review* 23 (3): 211-218.

Neu D. (1992). The social construction of positive choices. *Accounting, Organizations and Society* 17 (3-4): 223-237.

Neu D., Warsame H. et Pedwell K. (1998). Managing public impressions: Environmental disclosures in annuals reports. *Accounting, Organizations and Society* 23 (3): 265-282.

Neubaur F. et Lank A. (1998). *The family business: its governance for sustainability*. Macmillan Business, Great Britain.

O'Bannon D. P. et Preston L.E. (1993). *The corporate social-financial performance relationship: A typology and analysis*. Paper presented at the 1993 Annual Meeting of the Academy of Management, Atlanta, GA.

OCDE (2000). *Les principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales : révision 2000*. OCDE 2000.

O'Donovan G. (2002). Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 15 (3): 344-371.

O'Dwyer B. (2003). Conceptions or corporate social responsibility: the nature of managerial capture. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 16 (4): 523-557.

O'Dwyer B. et Owen D.L. (2005). Assurance statement practice in environmental, social and sustainability reporting: a critical evaluation. *The British Accounting Review* 37 (2): 205-229.

O'Dwyer, B. et Owen, D. (2007). Seeking Stakeholder Centric Assurance: An Examination of Recent Sustainability Assurance Practice. *Journal of Corporate Citizenship* 25: 77-94.

Ordre des Experts Comptables. (2008). *La gestion environnementale : Levier de performance pour l'entreprise*. Paris : Dunod/ Expert Comptable Média.

ORSE. (2004). *Bilan critique de l'application par les entreprises de l'article 116 de la loi NRE*. Rapport de mission de l'ORSE, EPE et Orée remis au gouvernement.

ORSE. (2004). *La certification des informations sociales et environnementales*. Rapport du groupe de travail de l'ORSE, Etude ORSE n°6, mai.

ORSE. (2007). *Guides des organismes d'analyse sociale et environnementale*. Rapport de mission: « Notation sociétale : évolutions et perspectives ».

Owen D.L., Swift T.A., Humphrey C. et Bowerman M. (2000). The new social audits: accountability, managerial capture or the agenda of social champions? *The European Accounting Review* 9 (1): 81-98.

Oxibar B. (2003). *La diffusion d'information sociétale dans les rapports annuels et les sites Internet des entreprises françaises*. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Paris: Université Paris Dauphine.

Park J. (2004). *Stakeholder involvement in the third-party assurance on corporatesustainability reports*. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Suède: Lund University.

Park J. et Brorson T. (2005). Experiences of and views on third-party assurance of corporate environmental and sustainability reports. *Journal of Cleaner Production* 13(10): 1095-1106.

Patten D.M., (1991). Exposure legitimacy and social disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy* 10 (4): 297-308.

Patten D.M. (1992). Intra- industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: A note on legitimacy theory. *Accounting, Organizations and Society* 17 (5): 471-475.

Pellé-Culpin I. (1998). *Du paradoxe de la diffusion d'information environnementale par les entreprises européennes*. Thèse de doctorat en Sciences de gestion, Paris : Université de Paris 9 Dauphine.

Perez R. (2003). *A propos de la responsabilité globale en management*. Journée du Développement Durable et Entreprise, Association Internationale de Management et Stratégie, Angers.

Perks R.W., Rawlinson D.H. et Ingram L. (1992). An exploration of ethical investment in the UK. *British Accounting Review* 24 (1): 43-65.

Perreault W.D. et Leigh L.E. (1989). Reliability of nominal data based on qualitative judgements. *Journal of Marketing Research* 26 (2): 135-148.

Persais E. (2004). Les rapports sociétaux enjeux et limites. *Revue Française de Gestion* 30 (152) : 167-197.

Pesqueux Y. (2002). *Organisations: Modèles et Représentations*, Paris: PUF Gestion.

Pesqueux Y. et Damak-Ayadi S. (2004). *Stakeholder theory in perspective*. 29ème Congrès de l'European Academy for Business in Society, Belgique.

Petit F., Belet D.,Naccache O. et Yanat Z. (2006). Des compétences requises pour la RSE et le DD. In *Responsabilité Sociale de l'Entreprise : pour un nouveau contrat social* (Eds, Barthe N. et Le Moigne J.L). Bruxelles : De Boeck Université.

Pétrin A., Gendron C. et St-Pierre (2003). *Évaluation sociale et responsabilité sociale de l'entreprise*. Recueil de textes de la Chaire Économie et Humanisme, dixième séminaire de la série annuelle 2002-2003 sur l'éthique et la responsabilité sociale de l'entreprise, CÉH/RT-10-2003.

Poulain-Rehm T. (2007). L'actionnariat des salariés en France, un facteur de création de valeur ? *Bankers Markets and Investors* 88: 25-36.

Power M. (2005). *La société de l'audit*. Pairs: La Découverte.

Preston L.E. et O'Bannon D.P. (1997). The corporate social-financial performance relationship. A typology and analysis. *Business and Society* 36 (4): 419-429.

Pugh W., Jahera J. et Oswald S. (1999). ESOPs, Takeover Protection and Corporate Decision-Making, *Journal of Economics and Finance* 23 (2): 170-185.

Quairel F. (2004). Responsable mais pas comptable : analyse de la normalisation des rapports environnementaux et sociaux. *Comptabilité, Contrôle, Audit* 10 (1): 7-36.

Quivy R. et Van Campenhoudt L. (2006). *Manuel de recherche en sciences sociales*. 3ème édition, Paris : Dunod.

Raffournier B. (1995). The determinants of voluntary financial disclosure by Swiss listed companies. *European Accounting Review* 4 (2): 261-280.

Rakotomalala R. (2009). *Pratique de la Régression Logistique - Régression Logistique Binaire et Polytomique*. Document de travail, Université Lumière Lyon 2, Laboratoire ERIC.

Ramanathan K.V. (1976). Toward a theory of corporate social accounting. *The Accounting Review* 51 (3): 516-528.

Rao H. (1998). Caveat emptor: The construction of nonprofit consumer watchdog organizations. *American Journal of Sociology* 103(4): 912-961.

Rapport Bouton. (2002). *Pour un meilleur gouvernement des entreprises cotées*. AFEP/AGREF-MEDEF.

Rapport Viénot. (1995). *Le conseil d'administration des sociétés cotées*. AFEP-CNFP.

Rapport Viénot. (1999). *Rapport du comité sur le gouvernement d'entreprise*. AFEP-MEDEF.

Ratanajongkol S., Davey H. et Low M. (2006). Corporate social reporting in Thailand: The news is all good and increasing. *Qualitative Research in Accounting and Management* 3 (1) : 63-83.

Rémillard D. et Wolff D. (2009). Le développement durable. L'émergence d'une nouvelle convention ? *Revue Française de Gestion* 35 (194): 29-42.

Richard C. (2003). L'indépendance de l'auditeur: pairs et manques. *Revue Française de Gestion* 6 (147): 119-131.

Richardson A.J. et Welker M. (2001). Social disclosure, financial disclosure and the cost of equity capital. *Accounting, Organizations and Society* 26 (7): 597-616.

Rivière-Giordano G. (2007a). *La qualité des informations sociétales: Une expérimentation relative à l'audit environnemental*. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Montpellier : Université Montpellier 1.

Rivière-Giordano G. (2007b). Comment crédibiliser le reporting sociétal ? *Comptabilité, Contrôle, Audit* 13 (2): 127-147.

Roberts C.B. (1991). Environmental disclosures: a note on reporting practices in mainland Europe. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 4 (3): 62-71.

Roberts R.W. (1992). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application of Stakeholder Theory. *Accounting, Organizations and Society* 17 (6): 595-612.

Rockness J. et Williams P. (1988). A descriptive study of social responsibility mutual funds. *Accounting Organizations and Society* 13 (4): 397-411.

Rogerson W. (1983). Reputation and Product Quality. *Bell Journal of Economics* 14 (2): 508-515.

Rojot J. (2005). *Théorie des organisations*, 2ème édition, Paris: Eska.

Rondeau J. (2003). *Une étude du bilan, de l'audit et de la publication éthique et sociale des entreprises: la recherche de principes d'évaluation socio-économique du réseau d'investissement social du Québec*. Mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en administration des affaires, Montréal : Université du Québec à Montréal.

Rouleau L. (2007). *Pour une approche globale des fondements des théories néo-institutionnelles*. Théories des organisations, Presses de l'Université du Québec.

Roussel P. et Wacheux F. (2005). *Management des ressources humaines. Méthodes de recherche en sciences humaines et sociales*. Paris : De Boeck.

Schnake M.E., Williams R. et Fredenberger W. (2006). Women on boards of directors: Effects on firm social performance in the basic materials and financial services sectors. *Journal of Applied Business Research* 22 (1): 31-40.

Scott R.W. (2001). *Institutions and Organizations*. 2ème édition, Thousand Oaks, CA: Sage.

Scott S. G. et Lane V. R. (2000). A stakeholder approach to organizational identity. *Academy of Management Review* 25 (1): 43-62.

Sethi S.P. (1979). A Conceptual Framework for Environmental Analysis of Social Issues and Evaluation of Business Response Pattern. *Academy of Management Review* 4 (1): 63-74.

Sharma S. (1996). *Applied Multivariate Techniques*. New York: John Wiley and Sons.

Simnett R., Vanstraelen A. et Fong Chua W. (2009). Assurance on Sustainability reports: An International Comparison. *The Accounting Review* 84 (3): 937-967.

Smith J. (2010). *A conceptual framework for corporate sustainability reporting assurance*. 33ème Congrès de l'European Accounting Association, Istanbul.

Stephenson C. (2004). Leveraging Diversity to Maximum Advantage: The Business Case for Appointing More Women to Boards. *Ivey Business Journal* 69 (1): 1-5.

Suchman M.C. (1995). Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review* 20 (3): 571-610.

Szosrak-Tapon B. (2008). *L'image institutionnelle: une projection de la légitimité des organisations. Etude des agences de design en France*. 27ème Conférence Internationale de Management stratégique, Nice.

Szosrak-Tapon B. et Dhuyvetter W. (2010). L'image institutionnelle : pierre de touche de la trajectoire de légitimité des organisations. Le cas des agences de design en France (1989-2002). *Management et Avenir* 6 (36) : 185-205.

Tabachnick B. G. et Fidell L. S. (2000). *Using multivariate statistics*. 4ème édition, New-York: Allyn and Bacon.

Taffe P. (2004). *Cours de régression logistique appliquée*. IUMSP et CepiC, Lausanne.

Tenenhaus M. (2007). *Statistiques : Méthode pour décrire, expliquer et prévoir*. Paris : Dunod.

Terramorsi P. (2009). L'information diversité dans les rapports RSE des sociétés du CAC40. *Management et Avenir* 8 (28): 268-280.

Thiétart R.A. (2007). *Méthodes de recherche en management*. 3ème édition, Paris : Dunod.

Thomas A. (2000). *Econométrie des variables qualitatives*. Paris : Dunod.

Thuderoz C., Mangematin V. et Harrisson D. (1999). *La confiance: approches économiques et sociologiques*. Paris: Gaetan Morin.

Tixier J. et Jeanjean T. (2000). *La méthodologie des programmes de recherche : présentation, évaluation et pertinence pour les Sciences de Gestion*. Cahier de Recherche du CREPA, Vol.65.

Touron P. (2000). *Apports et limites de la théorie institutionnelle des organisations : Etude de trois cas d'adoption de normes comptables internationales en France*. 21ème Congrès de l'Association Francophone de Comptabilité, Angers.

Trotman K.T. et Bradely G.W. (1981). Associations between social responsibility disclosure and characteristics of companies. *Accounting, Organizations and Society* 6 (4): 355-362.

Ullmann A. (1985). Data in Search of Theory: A Critical Examination of the relationships among Social Performance, Social Disclosure and Economic Performance of U.S. Firms. *The Academy of Management Review* 10 (3): 540-577.

Unhee K. (1997). Environmental and safety auditing: program strategies for legal, international and financial issues. Lewis Publishers, United States of America.

Wacheux F. (1996). *Méthodes qualitatives et recherche en gestion*. Paris: Economica.

Waddock S.A. et Graves S.B. (1997). The corporate social performance-financial performance link. *Strategic Management Journal* 18 (4): 303-319.

Wallage P. (2000). Assurance on sustainability reporting: an auditor's view. *Auditing: A Journal of Practice and Theory* 19: 53-65.

Wartick S.L. et Cochran P.L. (1985). The evolution of the corporate social performance model. *Academy of Management Review* 10 (4): 758-769.

Webb K. (2009). *The ISO 26000 Social Responsibility Standard: Prospects for Organizational Learning Based on Progress to Date*. Séminaire CRSDD/RIODD/REDD, Journée de recherche ISO 26 000 Québec.

Wiedemann-Goiran T., Perier F. et Lepineux F. (2003). *Développement durable et gouvernement d'entreprise: un dialogue prometteur*. Paris: Éditions d'Organisation.

Williams R. J. (2003). Women on Corporate Boards of Directors and Their Influence on Corporate Philanthropy. *Journal of Business Ethics* 42 (1): 1-10.

Williamson O.C. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism*. Free Press, New York.

Winter J.P. et Eyal C.H. (1981). Agenda Setting for Civil Rights Issue. *Public Opinion Quarterly* 45 (3): 376-383.

Wiseman J. (1982). An evaluation of environmental disclosures made in corporate annual reports. *Accounting, Organizations and Society* 7 (1): 53-63.

Wood D.J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review* 16: 691-718.

Xie B., Davidson W. et DaHalt P. (2002). Earnings Management and Corporate Governance: the Role of the Board and the Audit Committee. *Journal of corporate finance* 9 (3): 295-316.

Zadek S., Pruzan P. et Evans R. (1997). *Building Corporate Accountability: Emerging Practices in Social and Ethical Accounting and Auditing*. Earthscan, London.

Zadek S. et Raynard P. (2004). *The future of sustainability assurance*. ACCA and AccountAbility: London.

Zadek S., Raynard, P., Forstater M. et Oelschlaegel J. (2004). *The Future of Sustainability Assurance*. Certified Accountants Educational Trust, London.

Zardet V. (1997). *Bilan social et pratiques de pilotage : points de vue de DRH*. Congrès de l'IAS, 20ème anniversaire du bilan social.

Zeghal D. et Ahmed S.A. (1990). Comparison of social responsibility information. Disclosure media used by Canadians firms. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 3 (1): 38-53.

Zeghal D. et Dammak S. (2007). *La divulgation de l'information environnementale dans les rapports annuels : une étude comparative des multinationales américaines et européennes*. 28ème Congrès de l'Association Française de Comptabilité, Poitiers.

Zenisek T.J. (1979). Corporate Social Responsibility: A Conceptualization Based on Organizational Literature. *Academy of Management Review* 4 (3): 359-369.

Zucker L. G. (1977). The role of institutionalization in cultural persistence. *American Sociological Review* 42 (5): 726-743.

Zucker L. G. (1986). Production of trust: Institutional sources of economic structure. In *Research in Organizational Behavior* (Eds, Staw M. et Cummings L.L.). Greenwich, JAI Press, 53-111.

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 : Extrait de la loi Grenelle 1 Titre V article 46 382

Annexe 2 : Extrait de la loi Grenelle 2 Titre VI article 83 385

Annexe 3 : Les indicateurs de la GRI 388

Annexe 4 : Rapport des commissaires aux comptes sur les processus d'établissement des informations sociétales publiées dans le rapport DD de l'entreprise L'Oréal 389

Annexe 5 : Déclaration de vérification effectuée par le cabinet ERM pour les informations SHE de l'entreprise L'Oréal 389

Annexe 6 : Guides d'entretiens 391

Annexe 7 : Liste des entreprises de l'échantillon 401

Annexe 8 : Matrices de corrélation pour l'année 2008 et les données poolées (2007-2008). 404

Annexe 9 : Etapes et coefficients de la régression logistique Backward 406

Annexe 1 : Extrait de la loi Grenelle 1 Titre V article 46

N° 42
SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2008-2009
Annexe au procès-verbal de la séance du 21 octobre 2008

PROJET DE LOI

ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE,
de programme relatif à la mise *en* œuvre *du* Grenelle *de l'*environnement,

TITRE V

GOUVERNANCE, INFORMATION ET FORMATION
Article 46

La qualité des informations sur la manière dont les sociétés prennent en compte les conséquences sociales et environnementales de leur activité et l'accès à ces informations constituent des conditions essentielles de la bonne gouvernance des entreprises. Le Gouvernement étudiera, sur la base d'un bilan public de l'application de l'article 116 de la loi n° 2001-420 du 15 mai 2001 relative aux nouvelles régulations économiques, en associant les parties concernées, les conditions dans lesquelles l'obligation de faire figurer dans un rapport destiné à l'Assemblée générale des actionnaires ces informations environnementales et sociales :

a) Pourrait être étendue à d'autres entreprises, en fonction de seuils atteints par le chiffre d'affaires, le total de bilan ou les effectifs salariés, y compris celles dans lesquelles l'État détient directement ou indirectement une participation majoritaire ;

b) Pourrait inclure l'activité de ou des filiales de toutes les entreprises soumises à cette obligation ;

c) Pourrait comprendre des informations relatives à la contribution de l'entreprise au développement durable.

Le Gouvernement soutiendra une harmonisation des indicateurs sectoriels au niveau communautaire.

Il étudiera également la possibilité d'inclure dans les plans de formation des entreprises soumises à cette obligation des modules consacrés à l'environnement, au développement durable et à la prévention des risques.

Les organisations syndicales de salariés et d'employeurs seront saisies conformément à la loi n° 2007-130 du 31 janvier 2007 de modernisation du dialogue social sur la possibilité d'ajouter aux attributions des institutions représentatives du personnel une mission en matière de développement durable, d'étendre la procédure d'alerte professionnelle interne à l'entreprise aux risques d'atteinte à l'environnement et à la santé publique et de faire définir par les branches professionnelles des indicateurs sociaux et environnementaux adaptés à leurs spécificités. Le Gouvernement poursuivra son action pour la mise en place, lorsqu'existe une entreprise à fort impact environnemental, d'instances de dialogue réunissant localement les parties prenantes au Grenelle de l'environnement et les autres acteurs intéressés, notamment les riverains du site. L'État appuiera la création, pour les entreprises de toute taille, de labels attestant la qualité de leur gestion dans les domaines environnementaux et sociaux et leur contribution à la protection de l'environnement, et la mise en place d'un mécanisme d'accréditation des organismes certificateurs indépendants chargés de les attribuer. Il soutiendra de la façon la plus appropriée, y compris fiscale, les petites et moyennes entreprises qui s'engageront dans la voie de la certification environnementale.

L'État aidera les employeurs implantés dans une zone d'activité qui se grouperont afin d'avoir une gestion environnementale de cette zone en association avec les collectivités territoriales volontaires et de façon contractuelle.

L'investissement socialement et écologiquement responsable sera encouragé par des mécanismes incitatifs et des campagnes d'information. La France proposera l'introduction au niveau communautaire du principe de la reconnaissance de la responsabilité des sociétés mères à l'égard de leurs filiales en cas d'atteinte grave à l'environnement et elle soutiendra cette orientation au niveau international.

Elle appuiera l'introduction de critères environnementaux, notamment ceux relatifs à la biodiversité, dans les actions des institutions financières, économiques et commerciales internationales. La France proposera un cadre de travail au niveau communautaire pour

l’établissement d’indicateurs sociaux et environnementaux permettant la comparaison entre les entreprises.

Annexe 2 : Extrait de la loi Grenelle 2 Titre VI article 83

N° 1965
ASSEMBLEE NATIONALE

TREIZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 9 octobre 2009

PROJET DE LOI

ADOPTÉ PAR LE SENAT
APRÈS DÉCLARATION D'URGENCE,

portant engagement national *pour* l'environnement,

TITRE VI

GOUVERNANCE

Chapitre I^{ER}

Dispositions relatives aux entreprises et à la consommation

Article 83

I. – Le code de commerce est ainsi modifié :

1° Le cinquième alinéa de l'article L. 225-102-1 est remplacé par deux alinéas ainsi rédigés :

« Il comprend également des informations sur la manière dont la société prend en compte les conséquences sociales et environnementales de son activité. Un décret en Conseil d'État établit la liste de ces informations en cohérence avec les textes européens et internationaux, ainsi que les modalités de leur présentation de façon à permettre une comparaison des données.

« Les dispositions du cinquième alinéa s'appliquent aux sociétés dont les titres sont admis aux négociations sur un marché réglementé ainsi qu'aux sociétés qui présentent un total de bilan excédant un seuil fixé par décret en Conseil d'État et qui emploient plus de cinq cents salariés. Lorsque la société établit des comptes consolidés, les informations fournies sont consolidées

et portent sur la société elle-même ainsi que sur l'ensemble de ses filiales au sens de l'article L. 233-1 ou les sociétés qu'elle contrôle au sens de l'article L. 233-3. Lorsque les filiales ou les sociétés contrôlées sont installées sur le territoire national, et qu'elles comportent des installations classées soumises à autorisation ou à enregistrement, les informations fournies portent sur chacune d'entre elles. » ;

2° Après le 4° de l'article L. 823-16, il est inséré un 5° ainsi rédigé :

« 5° Leurs observations sur les informations figurant ou devant figurer au regard des obligations légales et réglementaires dans le rapport de gestion au titre des cinquième et sixième alinéas de l'article L. 225-102-1. »

II. – Après le g de l'article L. 114-17 du code de la mutualité, il est inséré un h ainsi rédigé :

« h) Des informations mentionnées au cinquième alinéa de l'article L. 225-102-1 du code de commerce lorsque les conditions prévues au sixième alinéa du même article sont remplies. »

III. – L'article L. 511-35 du code monétaire et financier est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Les cinquième et sixième alinéas de l'article L. 225-102-1 du code de commerce sont applicables aux établissements de crédit, aux entreprises d'investissement et aux compagnies financières, quelle que soit leur forme juridique. »

IV. – À l'article L. 322-26-2-2 du code des assurances, après les mots : « Les dispositions », sont insérés les mots : « des cinquième et sixième alinéas de l'article L. 225-102-1 et ».

V. – Le premier alinéa de l'article L. 524-2-1 du code rural est complété par une phrase ainsi rédigée :

« Ce rapport comporte également les informations mentionnées au cinquième alinéa de l'article L. 225-102-1 du code de commerce lorsque les conditions prévues au sixième alinéa du même article sont remplies. »

VI. – L'article 8 de la loi n° 47-1775 du 10 septembre 1947 portant statut de la coopération est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Le compte rendu d'activité mentionné à l'alinéa précédent comporte également les informations mentionnées au cinquième alinéa de l'article L. 225-102-1 du code de commerce lorsque les conditions prévues au sixième alinéa du même article sont remplies. »

VII. – Le présent article est applicable aux exercices clos à compter du 1er janvier 2011.

Annexe 3 : Les indicateurs de la GRI

Dimension	Catégorie	Aspect	Exemples
Economie	Impacts économiques directs	-Clients -Fournisseurs -Employés -Actionnaires -Secteur Public	Clients : parts de marché des produits ou lignes de produits/services dans les marchés clés
Environnement	Environnement	-Matières premières -Energie -Eau -Bio-diversité -Emission, effluents, déchets -Fournisseurs -Produits et Services -Conformité -Transports -Généralités	Bio-diversité : montant total des terres en pleine propriété, louées ou gérées par l'organisation
Social	Pratique du travail	-Emploi -Relations industrielles -Santé et sécurité -Formation et éducation -Diversité et égalité des chances	Emploi : solde net de création d'emploi et niveau du turn-over par segments géographiques
	Droits de l'homme	-Stratégie et Gestion -Non-discrimination -Liberté d'association et négociation collective -Travail des enfants -Travail forcé -Pratiques disciplinaires -Sécurité -Droit des indigènes	
	Société Civile	-Collectivité -Corruption -Contributions financières politiques -Concurrence et politique de tarification	
	Responsabilité des produits	-Hygiène et sécurité des consommateurs -Produits et services -Publicité / Respect de la vie privée	

Source : Novethic « Contenu des rapports de la GRI », 2004.

Annexe 4 : Rapport des commissaires aux comptes sur les processus d'établissement des informations sociétales publiées dans le rapport DD de l'entreprise L'Oréal

RAPPORT D'EXAMEN DE L'UN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES PROCESSUS D'ÉTABLISSEMENT DE CERTAINES INFORMATIONS SOCIALES PUBLIÉES DANS LE RAPPORT DÉVELOPPEMENT DURABLE DU GROUPE

A la suite de la demande qui nous a été faite et en notre qualité de Commissaire aux Comptes du groupe L'Oréal, nous avons effectué un examen visant à nous permettre d'exprimer une assurance modérée sur les processus d'établissement de certaines informations sociales publiées dans le Rapport Développement Durable du groupe L'Oréal et identifiées par le signe (☑).
Ces processus, ainsi que les informations publiées dans le Rapport Développement Durable du groupe, ont été établis sous la responsabilité de la Direction Générale des Relations humaines, conformément au référentiel de reporting interne du groupe L'Oréal. Ce référentiel est disponible sur le site internet du groupe.
Il nous appartient, sur la base de nos travaux, d'exprimer une conclusion sur les processus d'établissement des informations sociales sélectionnées.

NATURE ET ÉTENDUE DES TRAVAUX

Nous avons mis en œuvre les diligences suivantes conduisant à une assurance modérée que les processus d'établissement des informations sociales sélectionnées ne comportent pas d'anomalie significative. Une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux plus étendus. Par ailleurs, ces travaux n'ont pas pour objet, et donc ne permettent pas, de formuler une conclusion sur l'exactitude des données chiffrées publiées.

Nos travaux ont été les suivants :

Au niveau du siège

Pour chacune des informations examinées : nous avons rencontré les différents interlocuteurs en charge de l'organisation du reporting et de la consolidation des données sociales au niveau du groupe : Direction des Relations Sociales, Direction Internationale des Relations humaines (RH), Direction des Systèmes d'information RH, Direction du Recrutement International, Direction des Services Supports RH, Département Formation, Département "Learning for Development" Siège.

A partir des entretiens conduits avec ces interlocuteurs et des revues de documents (reporting des filiales, consolidation groupe), nous nous sommes assurés :
- de l'existence d'instructions méthodologiques relatives aux définitions des données à collecter et aux méthodes de calcul,
- de l'existence des processus de reporting et de consolidation,
- de l'adéquation entre les informations publiées et le périmètre mentionné pour ces informations,
- sur base de sondages, de la bonne consolidation des données sociales issues des systèmes de reporting.

Au niveau des filiales

Des tests complémentaires ont été réalisés visant à s'assurer de la compréhension et de l'application des processus de reporting groupe par les filiales. Ces tests ont été effectués au niveau de consolidations intermédiaires pays, sur une sélection de cinq pays (Chili, France, Indonésie, Italie, Pologne) et sur l'échantillon d'indicateurs suivants :
nombre d'employés par sexe, indicateurs issus de la base de gestion des profils et carrières des cadres (par exemple nationalités et postes occupés), nombre de cadres recrutés, nombre de stages, nombre d'alternants (France uniquement), nombre de partenariats avec les universités et les Ecoles, nombre de cadres et d'employés formés, montant alloué au programme WPS (France exceptée), salaire minimum L'Oréal en relation avec le salaire minimum national, nombre de représentants du personnel (France exceptée), nombre de syndicats représentés, nombre d'accords internes signés, nombre de jours de grève, lancement d'enquête d'opinion interne, nombre d'instances et de mandats de représentation (France uniquement).

Ces travaux ont été conduits sur la base d'entretiens avec les responsables du reporting au niveau pays, ainsi qu'avec les autres personnes impliquées dans le processus de collecte et de reporting des données. Les tests ont porté sur :
- l'évaluation de la compréhension et de l'application par le pays et les filiales du pays de la définition de l'indicateur et du processus de collecte défini par le groupe,
- les processus de consolidation intermédiaire au niveau pays et l'exhaustivité du périmètre,
- l'existence et l'adéquation des processus de contrôle interne mis en œuvre par le pays afin de s'assurer du respect des processus par les filiales du pays.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de ces travaux, à Monsieur Sylvain Lambert, associé de notre département Développement Durable.

CONCLUSION

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause les processus d'établissement des informations sociales sélectionnées et publiées dans le Rapport Développement Durable du groupe, au regard du référentiel de reporting interne du groupe.
Fait à Neuilly-sur-Seine, le 7 mai 2008

PRICEWATERHOUSECOOPERS

Commissaire aux Comptes
Etienne Boris

Associé, département Développement Durable
Sylvain Lambert

Annexe 5 : Déclaration de vérification effectuée par le cabinet ERM pour les informations SHE de l'entreprise L'Oréal

DÉCLARATIONS
DE VÉRIFICATION

DÉCLARATION DE VÉRIFICATION

CHAMP ET MÉTHODOLOGIE

Environmental Resources Management (ERM) a été sollicité par L'Oréal pour vérifier les données relatives à la Sécurité, l'Hygiène et l'Environnement destinées à être publiées dans ce Rapport Développement Durable.

Depuis 2005, les données SHE sont enregistrées, communiquées et consolidées mensuellement via un système informatique partagé d'information accessible sur tous les sites de fabrication et centrales de distribution du groupe. La fiabilité et la performance de ce système ayant déjà été éprouvées, notre mission cette année a été de vérifier la validité des données SHE remontées en 2007 à partir des sites. Pour cela, nous avons audité un échantillon statistiquement représentatif de six usines et trois centrales situées en France, Etats-Unis et Belgique.

L'approche a consisté à remonter aux sources d'information et à interviewer les responsables concernés sur les sites audités.

Il est à noter que les données SHE présentées dans ce rapport pour l'année 2007 couvrent un périmètre constitué des usines et des centrales de distribution uniquement, et ne tiennent pas compte des activités de recherche et d'administration.

CONSTATS

Notre revue a indiqué que, pour l'échantillon examiné, les systèmes de collecte et de traitement des données fournissaient des informations précises et fiables.

Quelques imprécisions ou omissions mineures ont été notées pour chacun des sites visités, mais sans impact significatif à l'échelle des données consolidées pour le groupe :

- certains sites visités présentaient des divergences mineures sur le comptage des heures travaillées, donnée prise en compte pour le calcul des taux de gravité et de fréquence ;
- un site de fabrication n'a pas déclaré correctement la répartition de ses consommations d'eau. Toutefois la consommation totale était correctement renseignée ;
- une usine a surestimé ses émissions de COV.

Les indicateurs publiés sont similaires aux versions antérieures du rapport et leur choix est apparu pertinent.

OPINION

Nous pensons que les données SHE publiées dans ce rapport et présentées dans le texte, les tableaux et les graphiques pour l'année 2007 fournissent une image honnête, transparente et raisonnable des performances SHE des usines et des centrales de distribution de L'Oréal.

Les améliorations notées en matière de performances SHE sont apparues représentatives des progrès réels effectués par les sites et démontrent une grande régularité dans le niveau de fiabilité du reporting du groupe L'Oréal.

Paris, février 2008

Vincent Sauvaire
Directeur Général ERM-France

ERM

Annexe 6 : Guides d'entretiens

Guide d'Entretien : destiné aux entreprises faisant vérifier leurs informations sociétales

I. Phase de présentation

⇨ Se présenter et présenter la recherche
⇨ Modalités de réalisation de l'entretien
⇨ Aspects de déontologie professionnelle

II. Phase de description de l'interviewé et de l'entreprise

⇨ Grandes lignes de la carrière professionnelle de l'interviewé
⇨ Description de la fonction actuelle de l'interviewé
⇨ Organisation du département développement durable au sein de l'entreprise

III. Phase d'écoute active sur le thème concerné

⇨ Généralité sur les concepts

- De façon générale, comment définiriez-vous les notions de Développement Durable et de Responsabilité Sociale de l'Entreprise ?

- Selon vous, pourquoi ces concepts sont-ils importants ?
  - généralement dans le monde de l'entreprise
  - au sein de votre entreprise

- Comment cela se traduit-il au niveau de votre entreprise ?

⇨ Reporting sociétal

- Qu'évoque pour vous la notion de reporting sociétal et comment le définiriez-vous ?

- Avez-vous mis en place des processus de reporting sociétal et si oui comment les avez-vous mis en place ?

- Avez-vous rencontré des difficultés ou des obstacles dans la mise en place d'un tel reporting ?

- Selon vous, pourquoi les entreprises diffusent-elles ce type d'informations ?

⇨ Vérification sociétale

- Qu'évoque pour vous la notion de vérification des informations sociétales et comment la définiriez-vous ?

- Quelle a été la méthodologie de la mise en place de cette vérification ?

- Qui a réalisé la mission de vérification et quels sont les acteurs impliqués dans cette mission?

- Selon vous, quelles sont les qualités requises d'un vérificateur extérieur et ainsi qui doit vérifier ? Ainsi, quels autres acteurs que les CAC pourraient être aptes à réaliser ce type de mission ?

- Dans votre entreprise, les missions d'audit financier et de vérification des informations sociétales sont-elles en relation ?

- Avez-vous rencontré des difficultés ou des obstacles dans la mise en place de cette procédure ?

- Selon vous, quel est l'intérêt de mettre en place une vérification des informations sociétales?

- Pouvez-vous me dire selon vous, quelles sont les raisons qui poussent certaines entreprises à ne pas faire vérifier leurs informations sociétales ?

Guide d'Entretien : destiné aux entreprises ne faisant pas vérifier leurs informations sociétales

I. Phase de présentation

⇨ Se présenter et présenter la recherche
⇨ Modalités de réalisation de l'entretien
⇨ Aspects de déontologie professionnelle

II. Phase de description de l'interviewé et de l'entreprise

⇨ Grandes lignes de la carrière professionnelle de l'interviewé
⇨ Description de la fonction actuelle de l'interviewé
⇨ Organisation du département développement durable au sein de l'entreprise

III. Phase d'écoute active sur le thème concerné

⇨ Généralité sur les concepts

- De façon générale, comment définiriez-vous les notions de Développement Durable et de Responsabilité Sociale de l'Entreprise ?

- Selon vous, pourquoi ces concepts sont-ils importants ?
  - généralement dans le monde de l'entreprise
  - au sein de votre entreprise

- Comment cela se traduit-il au niveau de votre entreprise ?

⇨ Reporting sociétal

- Qu'évoque pour vous la notion de reporting sociétal et comment le définiriez-vous ?

- Avez-vous mis en place des processus de reporting sociétal et si oui comment les avez-vous mis en place ?

- Avez-vous rencontré des difficultés ou des obstacles dans la mise en place d'un tel reporting ?

- Selon vous, pourquoi les entreprises diffusent-elles ce type d'informations ?

⇨ Vérification sociétale

- Qu'évoque pour vous la notion de vérification des informations sociétales et comment la définiriez-vous ?

- Selon vous, quelles sont les qualités requises d'un vérificateur extérieur et ainsi qui doit vérifier ? Ainsi, quels autres acteurs que les CAC pourraient être aptes à réaliser ce type de mission ?

- Pouvez-vous me dire quelles sont les raisons qui poussent votre entreprise à ne pas faire vérifier ses informations sociétales ?

- Quel est l'intérêt de mettre en place une vérification des informations sociétales et pourquoi les entreprises mettent-elles en place une telle vérification ?

- Chaque années on voit des entreprises passer à l'étape de vérification des informations sociétales, envisagez vous un jour d'y passer et pourquoi ?

Guide d'Entretien : destiné aux CAC

I. Phase de présentation

⇨ Se présenter et présenter la recherche
⇨ Modalités de réalisation de l'entretien
⇨ Aspects de déontologie professionnelle

II. Phase de description de l'interviewé et du cabinet d'audit

⇨ Grandes lignes de la carrière professionnelle de l'interviewé
⇨ Description de la fonction actuelle de l'interviewé
⇨ Organisation du département développement durable au sein du cabinet d'audit

III. Phase d'écoute active sur le thème concerné

⇨ Généralité sur les concepts

- De façon générale, comment définiriez-vous la notion de Développement Durable et RSE ?

- Selon vous, pourquoi ces concepts sont-ils importants ?

⇨ Reporting sociétal

- Qu'évoque pour vous la notion de reporting sociétal et comment le définiriez-vous ?

- Selon vous, quel est l'intérêt pour une entreprise de diffuser des informations sociétales et pourquoi les entreprises diffusent-elles ce type d'informations ?

- Quels types d'informations sociétales les entreprises que vous avez auditées diffusent-elles et pouvez-vous nous citer des exemples ?

⇨ Vérification sociétale

- Qu'évoque pour vous la notion de vérification des informations sociétales et comment la définiriez-vous ?

- Quelle a été la méthodologie suivie pour la réalisation de la mission de vérifications des informations sociétales ?

- Quelles sont les normes d'audit utilisées par vos équipes pour réaliser les missions de vérification ?

- Les missions d'audit financier et de vérification des informations sociétales sont-elles réalisées par les mêmes équipes d'audit ?

- Existe-t-il un lien entre la mission de vérification sociétale et celle d'audit financier ?
- Vous est-il arrivé de rencontrer des difficultés dans les missions de vérifications sociétales ?

- Avez-vous remarqué une évolution dans la qualité du reporting sociétal et pensez-vous que cela peut avoir un lien avec la mise en place d'une vérification sociétale ?

- Quel est l'intérêt de mettre en place une vérification des informations sociétales et pourquoi les entreprises mettent-elles en place une telle vérification ?

- Pouvez-vous me dire selon vous, quelles sont les raisons qui poussent certaines entreprises à ne pas faire vérifier leurs informations sociétales ?

Guide d'Entretien : destiné aux agences de notation extra financière

I. Phase de présentation

⇨ Se présenter et présenter la recherche
⇨ Modalités de réalisation de l'entretien
⇨ Aspects de déontologie professionnelle

II. Phase de description de l'interviewé et de l'agence de notation

⇨ Grandes lignes de la carrière professionnelle de l'interviewé
⇨ Description de la fonction actuelle de l'interviewé
⇨ Description de l'objet social de l'agence de notation et de ses clients

III. Phase d'écoute active sur le thème concerné

⇨ Généralité sur les concepts

- De façon générale, comment définiriez-vous les notions de Développement Durable et de Responsabilité Sociale de l'Entreprise ?

- Selon vous, pourquoi ces concepts sont-ils importants ?

- Pensez-vous que les agences de notation jouent un rôle dans la mise en place de pratiques de RSE au sein des entreprises ?

⇨ Notation sociétale et reporting sociétal

- Qu'évoque pour vous la notion de reporting sociétal et comment le définiriez-vous ?

- Selon vous, quel est l'intérêt pour une entreprise de diffuser des informations sociétales ?

- Quelle est votre démarche lorsque vous attribuez une note ? Est-ce simplement une note ou également un commentaire ?

- La notation extra financière est-elle effectuée sur le modèle de la notation financière ?

- De quelles informations vous servez-vous pour réaliser votre mission de notation extra financière ?

⇨ Vérification sociétale et notation sociétale

- Qu'évoque pour vous la notion de vérification des informations sociétales et comment la définiriez-vous ?

- Selon vous, quel est l'intérêt pour les entreprises de mettre en place une vérification des informations sociétales ?

- Pouvez-vous me dire selon vous, quelles sont les raisons qui poussent certaines entreprises à ne pas faire vérifier leurs informations sociétales ?

- Etes-vous favorable à la mise en place par les entreprises de vérifications des données extra financières (expliquer) ? De ce fait, recommandez-vous aux entreprises de mettre en place une vérification sociétale ?

- Existe-t-il une concurrence entre la vérification par un tiers extérieur réalisée en France par les CAC et les missions effectuées par les agences de notation ? Pourquoi et comment s'exprime-t-elle (s'il y en a une) ?

- Pensez-vous que la notation sociétale puisse être complémentaire à la vérification extérieure ? Si oui pouvez –vous préciser en quoi ?

- Pouvez-vous nous décrire le travail des agences de notation et en quoi la vérification des informations sociétales par un tiers extérieur peut-être utile ou jouer un rôle dans votre travail ?

- Dans les entreprises que vous notez, les entreprises ayant une bonne note sont-elles des entreprises ayant dans la majorité des cas mis en place une vérification sociétale ? Quelle place prend la mise en place d'une vérification sociétale dans la note finale ?

- Comment réagissez-vous lorsque vous rencontrez des entreprises non vérifiées par un tiers extérieur et quelles en sont les conséquences ?

- Trouvez-vous que le travail réalisé par les CAC est satisfaisant ?

- Quel regard portez-vous sur les avis externes provenant d'autres vérificateurs que les CAC ?

- Selon vous, quelles sont les qualités requises d'un vérificateur extérieur et ainsi qui doit vérifier ? Ainsi, quels autres acteurs que les CAC pourraient être aptes à réaliser ce type de mission ?

- Pourrait-on imaginer une démarche de vérification sollicitée par les agences de notation ?

- Pensez-vous que les agences de notation (et leur travail) peuvent être des parties prenantes qui incitent les entreprises à mettre en place une vérification de leurs informations sociétales et pourquoi ?

Guide d'Entretien : destiné au responsable DD d'une organisation patronale

I. Phase de présentation

⇨ Se présenter et présenter la recherche
⇨ Modalités de réalisation de l'entretien
⇨ Aspects de déontologie professionnelle

II. Phase de description de l'interviewé et de l'organisation

⇨ Grandes lignes de la carrière professionnelle de l'interviewé
⇨ Description de la fonction actuelle de l'interviewé
⇨ Organisation du département développement durable au sein de l'organisation

III. Phase d'écoute active sur le thème concerné

⇨ Généralité sur les concepts

- De façon générale, comment définiriez-vous les notions de Développement Durable et de Responsabilité Sociale de l'Entreprise ?

- Selon vous, pourquoi ces concepts sont-ils importants ?

- Comment cela se traduit-il au niveau des entreprises et des organisations ?

- Quelle est l'implication des dirigeants des entreprises appartenant à votre organisation vis-à-vis des concepts de DD et de RSE ?

- Pensez-vous que votre organisation joue un rôle dans la mise en place de pratiques de RSE au sein des entreprises ?

⇨ Reporting sociétal

- Qu'évoque pour vous la notion de reporting sociétal et comment le définiriez-vous ?

- Selon vous, pourquoi les entreprises diffusent-elles ce type d'informations ?

- Avez-vous remarqué une évolution dans la qualité du reporting sociétal et comment pouvez-vous expliquer cela?

- Quelle est la place des dirigeants dans la diffusion d'informations sociétales ? Selon vous les dirigeants sont-ils impliqués dans cette diffusion ?

⇨ Vérification sociétale

- Qu'évoque pour vous la notion de vérification des informations sociétales et comment la définiriez-vous ?

- Selon vous, quel est l'intérêt pour les entreprises de mettre en place une vérification des informations sociétales ?

- Pouvez-vous me dire selon vous, quelles sont les raisons qui poussent certaines entreprises à ne pas faire vérifier leurs informations sociétales ?

- Etes-vous favorable à la mise en place par les entreprises de vérifications des données extra financières (expliquer) ?

- De ce fait, recommandez-vous aux dirigeants d'entreprises de mettre en place une telle vérification ?

- Quelle est la place des dirigeants dans la vérification des informations sociétales ? Selon vous les dirigeants sont-ils impliqués dans cette vérification ?

- Pensez-vous que votre organisation puisse jouer un rôle dans la mise en place par les entreprises de vérification de leurs informations sociétales et quel pourrait être ce rôle ?

- Trouvez-vous que le travail réalisé par les CAC dans la vérification des informations sociétales est satisfaisant ?

- Selon vous, quelles sont les qualités requises d'un vérificateur extérieur et ainsi qui doit vérifier ?

- Quels autres acteurs que les CAC pourraient être aptes à réaliser ce type de mission ?

Annexe 7 : Liste des entreprises de l'échantillon

La variable vérification = 1 lorsque l'entreprise a mise en place une vérification volontaire ; 0 sinon

Entreprises du SBF 120	Vérification 2007	Vérification 2008
Accor	0	0
ADP	1	1
Air France-KLM	1	1
Air Liquide	1	1
Alcatel-Lucent	1	1
Alstom SA	0	0
Alten	0	0
Altran Technologies	0	0
April Group	0	0
Arcelormittal	0	1
Areva CI	1	1
Arkema	1	1
Atos Origin SA	0	0
AXA	1	1
Beneteau	0	0
BIC	1	1
BNP Paribas	1	1
Bonduelle	0	0
Bourbon	0	0
Bouygues SA	0	0
Bureau Veritas	0	0
Cap Gemini SA	0	0
Carbone-Lorraine	0	0
Carrefour SA	1	1
Casino Guichard-P	1	1
CGG Veritas	0	0
Ciments Francais	1	1
Club Mediterranee SA	0	0
CNP Assurances	0	0
Credit Agricole SA	1	1
Danone	1	1
Dassault Systemes SA	0	0
Derichebourg	0	0
Dexia	1	1
Eads NV	0	0
EDF Energies Nouvelles	0	0
Eiffage	0	1
Electricite De France	1	1
Eramet	0	0

Essilor International	0	0
Euler Hermes	0	0
Eurazeo	0	0
Eutelsat Communications	0	0
Fimalac	0	0
Fonciere Des Regions	0	0
France Telecom	1	1
Gaz de France	1	1
Gecina	0	0
Gemalto	0	0
Groupe Eurotunnel SA	0	0
Groupe Steria SCA	0	0
Haulotte Group	0	0
Havas SA	0	0
Hermes International	0	0
Icade	0	0
Iliad SA	0	0
Imerys	1	0
IMS International Metal Services SA	0	0
Ingenico	0	0
Ipsen	0	0
Ipsos SA	0	0
Jcdecaux SA	0	0
Klepierre	0	0
L'Oreal	1	1
Lafarge SA	1	1
Lagardere Groupe	0	0
Legrand	0	0
LVMH	1	1
Maurel Et Prom	0	0
M6-Metropole TV	0	0
Michelin	1	1
Natixis	0	0
Neopost SA	0	0
Nexans SA	0	0
Nexity	0	0
Nicox SA	0	0
Orpea SA	0	0
PagesJaunes Groupe SA	0	0
Pernod-Ricard	0	0
Peugeot SA	1	1
PPR SA	1	1
Publicis Groupe SA	0	0
Remy Cointreau	0	0
Renault SA	1	1
Rexel	1	1
Rhodia	1	1
Safran SA	0	0

Saft Groupe SA	0	0
Saint Gobain	0	0
Sanofi-Aventis	1	1
Schneider Electric SA	1	1
Scor SE	0	0
SEB SA	0	0
Seche Environnement	1	1
Sechilienne	0	0
SES SA	0	0
Silic	0	0
Societe Generale	1	1
Sodexo	0	0
Soitec	0	0
Sperian Protection	0	0
Stallergenes	0	0
Stmicroelectronics NV	1	1
SUEZ SA	1	1
Technip	0	0
Teleperformance	0	0
TF1 (Television Francaise 1)	0	0
Thales SA	0	0
Theolia	0	0
Thomson	0	0
Total SA	1	1
Ubisoft Entertainment SA	0	0
Unibail-Rodamco	0	0
Valeo	0	0
Vallourec	1	1
Veolia Environnement	1	1
Vinci SA	1	1
Vivendi	1	1
Wendel	0	0
Zodiac Aerospace SA	0	0

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Annexe 8 : Matrices de corrélation pour l'année 2008 et les données poolées (2007-2008)

Tableau 38 : Matrice de corrélation pour l'année 2008

2008	ROA	ENDET	DIF	INST	FAM	SAL	TAILCA	INDEPCA	CUMUL	FEM	ACTIFS	SECTEUR	COT	MEDIA	JF	POSITION	IND BOURDD	AUD
ROA	1,000																	
ENDET	-,062	1,000																
DIF	-,033	-,035	1,000															
INST	-,077	,059	,424**	1,000														
FAM	,242**	-,081	-,287**	-,453**	1,000													
SAL	-,168	,123	,191*	,215*	-,248**	1,000												
TAILCA	-,096	-,004	,011	,179	-,258**	,197*	1,000											
INDEPCA	-,127	,012	,584**	,416**	-,235*	,149	-,064	1,000										
CUMUL	,046	,041	-,015	-,073	,049	-,072	-,097	-,014	1,000									
FEM	,060	,071	,018	-,127	,200*	,176	,013	,057	-,056	1,000								
ACTIFS	-,329**	,022	,145	,285**	-,384**	,328**	,687**	,133	-,170	,054	1,000							
SECTEUR	-,032	,091	,040	,013	-,083	,078	,152	,007	,071	,038	,186*	1,000						
COT	,077	-,020	,204*	,255**	-,191*	,220*	,453**	,250**	-,129	,097	,591**	,011	1,000					
MEDIA	-,128	-,150	,160	,133	-,106	,384**	,445**	,197*	,107	,106	,592**	,047	,477**	1,000				
JF	,013	-,047	-,085	-,038	,107	-,112	-,079	-,052	-,068	,028	-,260**	-,021	-,176	-,208*	1,000			
POSITION	-,230*	-,037	,156	,217*	-,172	,245**	,408**	,194*	-,057	,086	,623**	,126	,322**	,527**	-,235**	1,000		
IND BOURDD	-,078	-,076	,231*	,315**	-,147	,316**	,354**	,191*	-,214*	,086	,601**	-,125	,513**	,525**	-,179	,621**	1,000	
AUD	-,152	,006	,116	,310**	-,339**	,168	,362**	,227*	-,008	-,088	,518**	,031	,368**	,440**	-,096	,405**	,376**	1,000

Seuil de significativité : *** (p<0,01), ** (p<0,05) et * (p<0,1).

Tableau 39 : Matrice de corrélation pour les données « poolées » (2007-2008)

2007-2008	ROA	ENDET	DIF	INST	FAM	SAL	TAILCA	INDEPCA	CUMUL	FEM	CA	SECTEUR	COT	MEDIA	JF	POSITION	IND BOURDD	AUD
ROA	1,000																	
ENDET	-,024	1,000																
DIF	-,050	-,039	1,000															
INST	-,100	,060	,422**	1,000														
FAM	,232**	-,070	-,279**	-,454**	1,000													
SAL	-,229**	,121	,162*	,186**	-,246**	1,000												
TAILCA	-,099	-,009	,009	,180**	-,273**	,216**	1,000											
INDEPCA	-,122	-,017	,542**	,430**	-,235**	,122	-,064	1,000										
CUMUL	,000	,049	,029	-,087	,032	-,021	-,082	,007	1,000									
FEM	,074	,079	,004	-,159*	,194**	,163*	,027	,026	,007	1,000								
ACTIFS	-,314**	,026	,136*	,284**	-,378**	,333**	,686**	,127	-,168**	,047	1,000							
SECTEUR	-,017	,107	,046	,001	-,087	,083	,132*	,015	,069	,032	,180**	1,000						
COT	,067	-,010	,191**	,244**	-,191**	,215**	,450**	,245**	-,130*	,080	,591**	,011	1,000					
MEDIA	-,184**	-,131*	,139*	,145*	-,149*	,357**	,451**	,128*	,054	,035	,643**	,026	,483**	1,000				
JF	,070	-,076	-,101	-,042	,146*	-,152*	-,134*	-,024	-,032	-,010	-,272**	-,046	-,101	-,194**	1,000			
POSITION	-,184**	-,032	,146*	,200**	-,159*	,227**	,396**	,171**	-,039	,091	,625**	,132*	,337**	,546**	-,258**	1,000		
IND BOURDD	-,102	-,066	,234**	,318**	-,149*	,294**	,359**	,180**	-,205**	,067	,604**	-,125	,509**	,541**	-,196**	,627**	1,000	
AUD	-,168**	,019	,115	,299**	-,351**	,140*	,399**	,182**	-,015	-,082	,534**	,030	,372**	,446**	-,142*	,401**	,399**	1,000

Seuil de significativité : *** (p<0,01), ** (p<0,05) et * (p<0,1).

Annexe 9 : Etapes et coefficients de la régression logistique *Backward*

Régression logistique *Backward* 2007

Tableau 40 : Etapes de la régression *Backward* 2007

Etape	Variable	B	E.S	Wald	Ddl	Signif.	Exp(B)
Etape 1	ROA	-,402	,171	5,535	1	,019	,669
	ENDET	-,027	,039	,466	1	,495	,974
	DIF	4,884	2,540	3,699	1	,054	132,153
	INST	,048	,048	,984	1	,321	1,049
	FAM	-,024	,039	,384	1	,536	,976
	SAL	-,767	,366	4,404	1	,036	,464
	TAILCA	-,439	,309	2,017	1	,156	,645
	INDEPCA	-7,875	6,390	1,519	1	,218	,000
	CUMUL	-3,816	1,759	4,705	1	,030	,454
	FEM	34,564	15,741	4,822	1	,028	1026007648266950,000
	logACTIFS	2,736	1,592	2,953	1	,086	15,428
	SECTEUR	7,376	2,695	7,492	1	,006	1597,036
	COT	-2,626	2,091	1,577	1	,209	,072
	MEDIA	-,003	,033	,006	1	,936	,997
	JF	-19,954	8,263	5,832	1	,016	,000
	POSITION	5,772	2,071	7,766	1	,005	321,283
	INDBOURDD	2,620	,953	7,558	1	,006	13,742
	AUDIT	2,279	1,671	1,859	1	,173	9,762
	Constant	-24,780	8,820	7,894	1	,005	,000
Etape 2	ROA	-,402	,171	5,533	1	,019	,669
	ENDET	-,026	,038	,469	1	,493	,974
	DIF	4,860	2,521	3,717	1	,054	129,032
	INST	,050	,042	1,384	1	,239	1,051
	FAM	-,024	,039	,381	1	,537	,976
	SAL	-,776	,352	4,849	1	,028	,460
	TAILCA	-,436	,308	2,013	1	,156	,646
	INDEPCA	-7,908	6,380	1,537	1	,215	,000
	CUMUL	-3,835	1,749	4,806	1	,028	,462
	FEM	34,711	15,675	4,903	1	,027	1188317131187527,000
	logACTIFS	2,694	1,500	3,226	1	,072	14,790
	SECTEUR	7,389	2,696	7,513	1	,006	1618,219
	COT	-2,660	2,050	1,683	1	,194	,070
	JF	-20,054	8,212	5,963	1	,015	,000
	POSITION	5,790	2,069	7,833	1	,005	327,164

	INDBOURDD	2,634	,945	7,775	1	,005	13,933
	AUDIT	2,281	1,673	1,859	1	,173	9,788
	Constant	-24,808	8,858	7,844	1	,005	,000
Etape 3	ROA	-,378	,160	5,567	1	,018	,685
	ENDET	-,023	,037	,374	1	,541	,977
	DIF	4,621	2,421	3,642	1	,056	101,581
	INST	,052	,043	1,479	1	,224	1,053
	SAL	-,761	,359	4,500	1	,034	,467
	TAILCA	-,390	,280	1,936	1	,164	,677
	INDEPCA	-6,464	5,636	1,315	1	,251	,002
	CUMUL	-3,828	1,744	4,821	1	,028	,459
	FEM	32,022	14,489	4,884	1	,027	80693873476981,000
	logACTIFS	2,908	1,438	4,087	1	,043	18,315
	SECTEUR	7,077	2,594	7,443	1	,006	1183,968
	COT	-2,386	1,890	1,593	1	,207	,092
	JF	-19,909	8,304	5,748	1	,017	,000
	POSITION	5,444	1,895	8,255	1	,004	231,432
	INDBOURDD	2,540	,910	7,789	1	,005	12,674
	AUDIT	1,919	1,465	1,715	1	,190	6,814
	Constant	-25,978	8,841	8,635	1	,003	,000
Etape 4	ROA	-,381	,159	5,765	1	,016	,683
	DIF	4,550	2,426	3,517	1	,061	94,637
	INST	,050	,043	1,359	1	,244	1,051
	SAL	-,735	,356	4,267	1	,039	,479
	TAILCA	-,399	,287	1,931	1	,165	,671
	INDEPCA	-6,302	5,727	1,211	1	,271	,002
	CUMUL	-3,753	1,756	4,569	1	,033	,426
	FEM	31,280	14,511	4,647	1	,031	38448969330758,930
	logACTIFS	2,846	1,450	3,855	1	,050	17,219
	SECTEUR	6,730	2,512	7,177	1	,007	836,891
	COT	-2,027	1,782	1,293	1	,255	,132
	JF	-19,325	8,211	5,539	1	,019	,000
	POSITION	5,446	1,921	8,038	1	,005	231,899
	INDBOURDD	2,395	,862	7,715	1	,005	10,971
	AUDIT	1,843	1,467	1,578	1	,209	6,313
	Constant	-25,826	8,907	8,408	1	,004	,000
Etape 5	ROA	-,286	,106	7,225	1	,007	,752
	DIF	2,945	1,632	3,258	1	,071	19,008
	INST	,030	,037	,651	1	,420	1,031
	SAL	-,619	,307	4,066	1	,044	,538
	TAILCA	-,193	,179	1,157	1	,282	,825
	CUMUL	-3,032	1,437	4,454	1	,035	,207

	FEM	22,141	10,007	4,895	1	,027	4126003751,115
	logACTIFS	2,745	1,349	4,141	1	,042	15,562
	SECTEUR	5,925	2,209	7,196	1	,007	374,300
	COT	-2,099	1,691	1,541	1	,215	,123
	JF	-15,978	7,051	5,136	1	,023	,000
	POSITION	4,450	1,318	11,403	1	,001	85,620
	INDBOURDD	2,193	,774	8,020	1	,005	8,963
	AUDIT	,984	1,187	,687	1	,407	2,675
	Constant	-25,390	8,318	9,317	1	,002	,000
Etape 6	ROA	-,277	,105	6,982	1	,008	,758
	DIF	3,418	1,554	4,834	1	,028	30,493
	SAL	-,562	,293	3,690	1	,055	,570
	TAILCA	-,200	,177	1,266	1	,261	,819
	CUMUL	-2,783	1,378	4,077	1	,043	,161
	FEM	20,145	9,478	4,518	1	,034	560820735,417
	logACTIFS	2,754	1,355	4,130	1	,042	15,713
	SECTEUR	5,311	1,972	7,252	1	,007	202,643
	COT	-1,891	1,716	1,214	1	,271	,151
	JF	-13,745	6,029	5,197	1	,023	,000
	POSITION	4,213	1,254	11,288	1	,001	67,544
	INDBOURDD	2,064	,733	7,937	1	,005	7,881
	AUDIT	1,168	1,235	,894	1	,344	3,216
	Constant	-23,326	7,720	9,129	1	,003	,000
Etape 7	ROA	-,245	,094	6,823	1	,009	,783
	DIF	3,235	1,514	4,568	1	,033	25,412
	SAL	-,524	,286	3,362	1	,067	,592
	TAILCA	-,171	,166	1,052	1	,305	,843
	CUMUL	-2,361	1,245	3,597	1	,058	,105
	FEM	17,092	8,471	4,072	1	,044	26481697,939
	logACTIFS	2,873	1,298	4,903	1	,027	17,691
	SECTEUR	4,798	1,852	6,713	1	,010	121,242
	COT	-1,550	1,509	1,055	1	,304	,212
	JF	-12,827	5,730	5,011	1	,025	,000
	POSITION	3,915	1,117	12,296	1	,000	50,168
	INDBOURDD	1,874	,644	8,462	1	,004	6,517
	Constant	-21,020	6,731	9,753	1	,002	,000
Etape 8	ROA	-,234	,092	6,518	1	,011	,792
	DIF	3,318	1,501	4,884	1	,027	27,598
	SAL	-,541	,277	3,827	1	,050	,582
	CUMUL	-1,983	1,132	3,071	1	,080	,726
	FEM	16,130	8,374	3,710	1	,054	10117228,410
	logACTIFS	2,294	1,113	4,248	1	,039	9,912

	SECTEUR	4,638	1,814	6,534	1	,011	103,295
	COT	-1,581	1,489	1,127	1	,288	,206
	JF	-11,743	5,197	5,107	1	,024	,000
	POSITION	3,700	1,024	13,057	1	,000	40,447
	INDBOURDD	1,783	,634	7,900	1	,005	5,946
	Constant	-20,085	6,445	9,711	1	,002	,000
Etape 9	ROA	-,233	,090	6,719	1	,010	,792
	DIF	2,984	1,385	4,642	1	,031	19,777
	SAL	-,510	,266	3,689	1	,055	,600
	CUMUL	-1,847	1,113	2,754	1	,097	,633
	FEM	14,631	8,131	3,238	1	,072	2261079,772
	logACTIFS	1,590	,829	3,677	1	,055	4,904
	SECTEUR	4,454	1,766	6,362	1	,012	85,949
	JF	-12,105	5,092	5,650	1	,017	,000
	POSITION	3,523	,952	13,691	1	,000	33,872
	INDBOURDD	1,553	,568	7,476	1	,006	4,724
	Constant	-17,466	5,434	10,333	1	,001	,000

Tableau 41 : Tests de spécification du modèle 2007

Etape	Niveau	Khi-deux	Ddl	Signif.
Etape 1	Step	112,244	18	,000
	Block	112,244	18	,000
	Model	112,244	18	,000
Etape 2	Step	-,006	1	,938
	Block	112,238	17	,000
	Model	112,238	17	,000
Etape 3	Step	-,380	1	,538
	Block	111,859	16	,000
	Model	111,859	16	,000
Etape 4	Step	-,390	1	,533
	Block	111,469	15	,000
	Model	111,469	15	,000
Etape 5	Step	-1,331	1	,249
	Block	110,138	14	,000
	Model	110,138	14	,000
Etape 6	Step	-,716	1	,398
	Block	109,422	13	,000
	Model	109,422	13	,000
Etape 7	Step	-,966	1	,326
	Block	108,456	12	,000
	Model	108,456	12	,000
Etape 8	Step	-1,067	1	,302
	Block	107,389	11	,000
	Model	107,389	11	,000
Etape 9	Step	-1,182	1	,277
	Block	106,207	10	,000
	Model	106,207	10	,000

A negative Chi-squares value indicates that the Chi-squares value has decreased from the previous step.

Tableau 42 : Qualité d'ajustement du modèle 2007

Etape	-2log-vraisemblance	R^2 de Cox et Snell	R^2 de Nagelkerke
1	32,235	,623	,871
2	32,242	,623	,871
3	32,621	,622	,869
4	33,011	,621	,868
5	34,342	,616	,861
6	35,057	,614	,858
7	36,024	,611	,854
8	37,091	,607	,849
9	38,273	,603	,843

Régression logistique *Backward* 2008

Tableau 43 : Etapes de la régression *Backward* 2008

Etape	Variable	B	E.S	Wald	Ddl	Signif.	Exp(B)
Etape 1	ROA	-,105	,152	,474	1	,491	,901
	ENDET	-,015	,047	,096	1	,756	,985
	DIF	4,378	3,100	1,995	1	,158	79,676
	INST	-,024	,037	,407	1	,524	,977
	FAM	,084	,074	1,302	1	,254	1,088
	SAL	,095	,127	,558	1	,455	1,099
	TAILCA	-1,027	,568	3,275	1	,070	,358
	INDECA	3,779	5,776	,428	1	,513	43,765
	CUMUL	-4,904	2,963	2,739	1	,098	,134
	FEM	8,050	8,380	,923	1	,337	3135,079
	logACTIFS	12,844	6,660	3,719	1	,054	378591,085
	SECTEUR	5,941	3,610	2,708	1	,100	380,266
	COT	-10,030	5,340	3,527	1	,060	,000
	MEDIA	-,004	,036	,015	1	,903	,996
	JF	-4,586	3,350	1,874	1	,171	,010
	POSITION	5,424	2,764	3,852	1	,050	226,831
	INDBOURDD	3,554	2,035	3,049	1	,081	34,948
	AUDIT	-2,415	1,829	1,744	1	,187	,089
	Constant	-50,685	26,206	3,741	1	,053	,000
Etape 2	ROA	-,106	,152	,487	1	,485	,899
	ENDET	-,011	,039	,084	1	,773	,989
	DIF	4,455	3,056	2,124	1	,145	86,036
	INST	-,021	,028	,550	1	,458	,980
	FAM	,085	,074	1,333	1	,248	1,089
	SAL	,094	,128	,542	1	,461	1,099
	TAILCA	-1,022	,564	3,282	1	,070	,360
	INDECA	3,418	4,845	,498	1	,480	30,519
	CUMUL	-4,858	2,907	2,793	1	,095	,128
	FEM	7,899	8,303	,905	1	,341	2695,252
	logACTIFS	12,632	6,361	3,944	1	,047	306092,609
	SECTEUR	5,945	3,601	2,725	1	,099	381,719
	COT	-9,930	5,217	3,623	1	,057	,000
	JF	-4,371	2,777	2,478	1	,115	,013
	POSITION	5,448	2,775	3,856	1	,050	232,363
	INDBOURDD	3,543	2,025	3,062	1	,080	34,577
	AUDIT	-2,442	1,843	1,756	1	,185	,087
	Constant	-50,112	25,581	3,838	1	,050	,000
Etape 3	ROA	-,102	,153	,441	1	,507	,903
	DIF	4,417	3,117	2,009	1	,156	82,877
	INST	-,021	,028	,555	1	,456	,980
	FAM	,087	,075	1,352	1	,245	1,091
	SAL	,096	,129	,551	1	,458	1,100
	TAILCA	-1,022	,581	3,092	1	,079	,360

	INDECA	3,606	4,876	,547	1	,460	36,804
	CUMUL	-4,874	2,996	2,646	1	,104	,130
	FEM	7,334	8,001	,840	1	,359	1531,574
	logACTIFS	12,765	6,600	3,741	1	,053	349791,326
	SECTEUR	5,893	3,659	2,593	1	,107	362,608
	COT	-9,873	5,395	3,349	1	,067	,000
	JF	-4,208	2,733	2,370	1	,124	,015
	POSITION	5,598	2,862	3,825	1	,050	269,922
	INDBOURDD	3,570	2,099	2,892	1	,089	35,502
	AUDIT	-2,632	1,803	2,132	1	,144	,072
	Constant	-50,976	26,407	3,726	1	,054	,000
Etape 4	DIF	3,268	2,125	2,365	1	,124	26,252
	INST	-,026	,028	,857	1	,355	,974
	FAM	,056	,045	1,515	1	,218	1,057
	SAL	,104	,127	,669	1	,413	1,110
	TAILCA	-,812	,380	4,559	1	,033	,444
	INDECA	5,053	4,600	1,207	1	,272	156,541
	CUMUL	-3,919	2,182	3,226	1	,072	,503
	FEM	6,623	7,782	,724	1	,395	752,148
	logACTIFS	10,842	4,689	5,346	1	,021	51098,177
	SECTEUR	4,127	2,028	4,139	1	,042	61,975
	COT	-8,472	4,107	4,256	1	,039	,000
	JF	-3,897	2,554	2,328	1	,127	,020
	POSITION	4,553	1,784	6,512	1	,011	94,922
	INDBOURDD	2,758	1,316	4,394	1	,036	15,765
	AUDIT	-2,501	1,687	2,197	1	,138	,082
	Constant	-42,479	18,088	5,515	1	,019	,000
Etape 5	DIF	3,030	2,014	2,263	1	,132	20,690
	INST	-,023	,029	,628	1	,428	,978
	FAM	,052	,044	1,405	1	,236	1,054
	TAILCA	-,844	,376	5,042	1	,025	,430
	INDECA	4,146	4,256	,949	1	,330	63,177
	CUMUL	-4,159	2,121	3,845	1	,050	,640
	FEM	8,586	7,412	1,342	1	,247	5356,084
	logACTIFS	10,841	4,554	5,668	1	,017	51061,463
	SECTEUR	4,232	2,053	4,247	1	,039	68,828
	COT	-8,094	3,885	4,341	1	,037	,000
	JF	-4,028	2,541	2,514	1	,113	,018
	POSITION	4,344	1,664	6,811	1	,009	76,996
	INDBOURDD	2,690	1,249	4,639	1	,031	14,732
	AUDIT	-2,086	1,523	1,878	1	,171	,124
	Constant	-42,391	17,609	5,795	1	,016	,000
Etape 6	DIF	2,865	2,038	1,977	1	,160	17,553
	FAM	,061	,044	1,918	1	,166	1,063
	TAILCA	-,894	,380	5,520	1	,019	,409
	INDECA	2,975	3,670	,657	1	,418	19,581
	CUMUL	-4,240	1,961	4,674	1	,031	,694
	FEM	9,446	7,561	1,561	1	,212	12655,861

	logACTIFS	11,075	4,496	6,067	1	,014	64508,804
	SECTEUR	4,568	2,126	4,616	1	,032	96,353
	COT	-7,928	3,614	4,813	1	,028	,000
	JF	-3,666	2,331	2,473	1	,116	,026
	POSITION	4,424	1,637	7,301	1	,007	83,420
	INDBOURDD	2,724	1,203	5,122	1	,024	15,236
	AUDIT	-2,203	1,497	2,165	1	,141	,111
	Constant	-43,987	17,330	6,442	1	,011	,000
Etape 7	DIF	3,555	1,938	3,364	1	,067	34,996
	FAM	,064	,044	2,082	1	,149	1,066
	TAILCA	-,879	,370	5,650	1	,017	,415
	CUMUL	-3,808	1,744	4,768	1	,029	,450
	FEM	8,642	7,244	1,423	1	,233	5665,624
	logACTIFS	10,366	4,176	6,163	1	,013	31754,673
	SECTEUR	4,312	2,047	4,440	1	,035	74,610
	COT	-7,078	3,249	4,745	1	,029	,001
	JF	-3,065	2,042	2,254	1	,133	,047
	POSITION	4,344	1,546	7,892	1	,005	77,043
	INDBOURDD	2,486	1,107	5,047	1	,025	12,018
	AUDIT	-1,903	1,379	1,904	1	,168	,149
	Constant	-40,523	15,811	6,569	1	,010	,000
Etape 8	DIF	2,774	1,522	3,319	1	,068	16,015
	FAM	,057	,036	2,444	1	,118	1,059
	TAILCA	-,711	,274	6,721	1	,010	,491
	CUMUL	-3,106	1,403	4,897	1	,027	,223
	logACTIFS	8,551	3,039	7,919	1	,005	5170,682
	SECTEUR	3,412	1,715	3,958	1	,047	30,322
	COT	-5,530	2,452	5,085	1	,024	,004
	JF	-1,959	1,614	1,472	1	,225	,141
	POSITION	3,781	1,227	9,500	1	,002	43,845
	INDBOURDD	2,054	,864	5,648	1	,017	7,797
	AUDIT	-1,986	1,307	2,310	1	,129	,137
	Constant	-32,749	11,260	8,458	1	,004	,000
Etape 9	DIF	2,519	1,436	3,078	1	,079	12,411
	FAM	,054	,033	2,636	1	,104	1,055
	TAILCA	-,658	,243	7,314	1	,007	,518
	CUMUL	-2,721	1,242	4,800	1	,028	,151
	logACTIFS	7,930	2,663	8,870	1	,003	2779,412
	SECTEUR	3,297	1,669	3,901	1	,048	27,031
	COT	-4,430	2,009	4,865	1	,027	,012
	POSITION	3,513	1,061	10,973	1	,001	33,565
	INDBOURDD	1,821	,748	5,927	1	,015	6,178
	AUDIT	-2,097	1,309	2,567	1	,109	,123
	Constant	-30,628	9,843	9,682	1	,002	,000
Etape 10	DIF	1,826	1,194	2,338	1	,126	6,207
	FAM	,044	,029	2,268	1	,132	1,045
	TAILCA	-,558	,211	6,995	1	,008	,572
	CUMUL	-2,692	1,179	5,216	1	,022	,147

	logACTIFS	6,198	1,998	9,625	1	,002	491,728
	SECTEUR	3,157	1,596	3,914	1	,048	23,506
	COT	-3,868	1,780	4,724	1	,030	,021
	POSITION	3,132	,957	10,702	1	,001	22,919
	INDBOURDD	1,690	,688	6,035	1	,014	5,421
	Constant	-27,851	8,535	10,647	1	,001	,000
Etape 11	DIF	,938	,902	1,082	1	,298	2,555
	TAILCA	-,449	,168	7,115	1	,008	,638
	CUMUL	-2,215	1,009	4,815	1	,028	,916
	logACTIFS	4,619	1,287	12,879	1	,000	101,399
	SECTEUR	2,441	1,261	3,749	1	,053	11,490
	COT	-3,155	1,552	4,132	1	,042	,043
	POSITION	2,682	,745	12,971	1	,000	14,610
	INDBOURDD	1,412	,531	7,060	1	,008	4,104
	Constant	-20,571	5,046	16,621	1	,000	,000
Etape 12	TAILCA	-,464	,168	7,656	1	,006	,628
	CUMUL	-2,162	,997	4,705	1	,030	,869
	logACTIFS	4,490	1,238	13,166	1	,000	89,148
	SECTEUR	2,426	1,228	3,901	1	,048	11,311
	COT	-2,642	1,404	3,539	1	,060	,071
	POSITION	2,703	,767	12,428	1	,000	14,918
	INDBOURDD	1,355	,504	7,221	1	,007	3,876
	Constant	-19,885	4,876	16,630	1	,000	,000

Tableau 44 : Tests de spécification du modèle 2008

Etape	Niveau	Khi-deux	Ddl	Signif.
Etape 1	Step	111,920	18	,000
	Block	111,920	18	,000
	Model	111,920	18	,000
Etape 2	Step	-,015	1	,903
	Block	111,906	17	,000
	Model	111,906	17	,000
Etape 3	Step	-,085	1	,771
	Block	111,821	16	,000
	Model	111,821	16	,000
Etape 4	Step	-,475	1	,490
	Block	111,345	15	,000
	Model	111,345	15	,000
Etape 5	Step	-,701	1	,403
	Block	110,645	14	,000
	Model	110,645	14	,000
Etape 6	Step	-,662	1	,416
	Block	109,983	13	,000
	Model	109,983	13	,000
Etape 7	Step	-,692	1	,405
	Block	109,290	12	,000
	Model	109,290	12	,000
Etape 8	Step	-1,570	1	,210
	Block	107,721	11	,000
	Model	107,721	11	,000
Etape 9	Step	-1,595	1	,207
	Block	106,126	10	,000
	Model	106,126	10	,000
Etape 10	Step	-2,978	1	,084
	Block	103,148	9	,000
	Model	103,148	9	,000
Etape 11	Step	-2,568	1	,109
	Block	100,580	8	,000
	Model	100,580	8	,000
Etape 12	Step	-1,102	1	,294
	Block	99,478	7	,000
	Model	99,478	7	,000

A negative Chi-squares value indicates that the Chi-squares value has decreased from the previous step.

Tableau 45 : Qualité d'ajustement du modèle 2008

Etape	-2log-vraisemblance	R^2 de Cox et Snell	R^2 de Nagelkerke
1	32,559	,622	,870
2	32,574	,622	,870
3	32,659	,622	,869
4	33,134	,620	,867
5	33,835	,618	,864
6	34,497	,616	,861
7	35,190	,613	,858
8	36,759	,608	,850
9	38,354	,603	,842
10	41,332	,592	,828
11	43,900	,583	,815
12	45,002	,579	,809

Régression logistique *Backward* poolée (2007-2008)

Tableau 46 : Etapes de la régression *Backward* 2007-2008

Etape	Variable	B	E.S	Wald	Ddl	Signif.	Exp(B)
Etape 1	ROA	-,106	,050	4,569	1	,033	,899
	ENDET	-,018	,023	,619	1	,431	,982
	DIF	1,979	,925	4,580	1	,032	7,238
	INST	-,011	,018	,343	1	,558	,989
	FAM	-,004	,019	,047	1	,828	,996
	SAL	-,076	,082	,871	1	,351	,926
	TAILCA	-,192	,110	3,045	1	,081	,826
	INDEPCA	-,326	2,134	,023	1	,879	,722
	CUMUL	-2,270	,790	8,261	1	,004	,967
	FEM	9,347	4,711	3,936	1	,047	11462,461
	logACTIFS	3,008	,903	11,107	1	,001	20,253
	SECTEUR	3,706	1,176	9,929	1	,002	40,709
	COT	-2,931	1,162	6,365	1	,012	,053
	MEDIA	,002	,016	,014	1	,906	1,002
	JF	-3,833	1,433	7,156	1	,007	,022
	POSITION	3,110	,679	20,973	1	,000	22,415
	INDBOURDD	1,590	,429	13,762	1	,000	4,906
	AUDIT	,485	,756	,411	1	,522	1,623
	année2007	,208	,575	,130	1	,718	1,231
	Constant	-18,978	4,537	17,498	1	,000	,000
Etape 2	ROA	-,106	,050	4,608	1	,032	,899
	ENDET	-,019	,021	,821	1	,365	,981
	DIF	1,982	,924	4,596	1	,032	7,254
	INST	-,011	,017	,474	1	,491	,989
	FAM	-,004	,019	,049	1	,824	,996
	SAL	-,076	,082	,859	1	,354	,927
	TAILCA	-,194	,109	3,163	1	,075	,824
	INDEPCA	-,321	2,136	,023	1	,881	,726
	CUMUL	-2,262	,785	8,307	1	,004	,960
	FEM	9,311	4,697	3,931	1	,047	11062,124
	logACTIFS	3,048	,839	13,202	1	,000	21,080
	SECTEUR	3,707	1,175	9,958	1	,002	40,750
	COT	-2,924	1,161	6,346	1	,012	,054
	JF	-3,871	1,400	7,648	1	,006	,021
	POSITION	3,100	,670	21,433	1	,000	22,192
	INDBOURDD	1,589	,427	13,814	1	,000	4,897
	AUDIT	,499	,749	,444	1	,505	1,647
	année2007	,205	,575	,127	1	,722	1,227
	Constant	-19,020	4,513	17,763	1	,000	,000
Etape 3	ROA	-,104	,048	4,825	1	,028	,901
	ENDET	-,019	,021	,823	1	,364	,981
	DIF	1,917	,815	5,535	1	,019	6,800
	INST	-,012	,016	,559	1	,455	,988

	FAM	-,004	,019	,053	1	,818	,996
	SAL	-,073	,080	,840	1	,359	,929
	TAILCA	-,188	,102	3,408	1	,065	,829
	CUMUL	-2,265	,786	8,302	1	,004	,963
	FEM	9,159	4,579	4,000	1	,045	9498,793
	logACTIFS	3,040	,838	13,162	1	,000	20,901
	SECTEUR	3,705	1,175	9,947	1	,002	40,633
	COT	-2,953	1,146	6,640	1	,010	,052
	JF	-3,854	1,395	7,636	1	,006	,021
	POSITION	3,079	,653	22,236	1	,000	21,737
	INDBOURDD	1,597	,425	14,160	1	,000	4,940
	AUDIT	,496	,751	,435	1	,509	1,641
	année2007	,191	,567	,114	1	,736	1,211
	Constant	-19,108	4,479	18,200	1	,000	,000
Etape 4	ROA	-,105	,048	4,862	1	,027	,900
	ENDET	-,018	,021	,772	1	,380	,982
	DIF	1,943	,805	5,827	1	,016	6,982
	INST	-,011	,016	,511	1	,475	,989
	SAL	-,072	,079	,823	1	,364	,931
	TAILCA	-,190	,102	3,484	1	,062	,827
	CUMUL	-2,278	,787	8,381	1	,004	,975
	FEM	8,957	4,491	3,979	1	,046	7761,324
	logACTIFS	3,077	,826	13,888	1	,000	21,698
	SECTEUR	3,707	1,176	9,929	1	,002	40,719
	COT	-2,916	1,128	6,684	1	,010	,054
	JF	-3,803	1,374	7,665	1	,006	,022
	POSITION	3,061	,645	22,558	1	,000	21,356
	INDBOURDD	1,594	,425	14,047	1	,000	4,924
	AUDIT	,490	,747	,430	1	,512	1,632
	année2007	,194	,567	,117	1	,732	1,214
	Constant	-19,342	4,363	19,652	1	,000	,000
Etape 5	ROA	-,101	,046	4,870	1	,027	,904
	ENDET	-,019	,021	,807	1	,369	,982
	DIF	1,938	,805	5,802	1	,016	6,945
	INST	-,012	,016	,557	1	,455	,988
	SAL	-,070	,078	,806	1	,369	,932
	TAILCA	-,189	,102	3,461	1	,063	,828
	CUMUL	-2,266	,782	8,393	1	,004	,963
	FEM	8,868	4,481	3,917	1	,048	7099,659
	logACTIFS	3,065	,821	13,947	1	,000	21,426
	SECTEUR	3,654	1,157	9,975	1	,002	38,619
	COT	-2,896	1,118	6,711	1	,010	,055
	JF	-3,802	1,370	7,701	1	,006	,022
	POSITION	3,022	,626	23,297	1	,000	20,541
	INDBOURDD	1,579	,419	14,214	1	,000	4,850
	AUDIT	,461	,740	,388	1	,533	1,586
	Constant	-19,032	4,203	20,504	1	,000	,000
Etape 6	ROA	-,097	,045	4,631	1	,031	,907

	ENDET	-,016	,020	,630	1	,427	,984
	DIF	1,920	,801	5,750	1	,016	6,820
	INST	-,010	,015	,433	1	,511	,990
	SAL	-,064	,077	,685	1	,408	,938
	TAILCA	-,185	,101	3,364	1	,067	,831
	CUMUL	-2,187	,767	8,135	1	,004	,890
	FEM	8,269	4,336	3,638	1	,056	3902,959
	logACTIFS	3,111	,811	14,717	1	,000	22,448
	SECTEUR	3,544	1,138	9,703	1	,002	34,604
	COT	-2,792	1,078	6,703	1	,010	,061
	JF	-3,616	1,317	7,535	1	,006	,027
	POSITION	3,003	,619	23,562	1	,000	20,146
	INDBOURDD	1,541	,409	14,174	1	,000	4,667
	Constant	-18,448	4,001	21,256	1	,000	,000
Etape 7	ROA	-,097	,046	4,479	1	,034	,907
	ENDET	-,015	,020	,607	1	,436	,985
	DIF	1,693	,720	5,535	1	,019	5,437
	SAL	-,065	,076	,747	1	,387	,937
	TAILCA	-,189	,102	3,438	1	,064	,828
	CUMUL	-2,271	,764	8,837	1	,003	,969
	FEM	8,932	4,243	4,433	1	,035	7572,864
	logACTIFS	3,158	,812	15,135	1	,000	23,517
	SECTEUR	3,668	1,135	10,436	1	,001	39,162
	COT	-2,858	1,068	7,155	1	,007	,057
	JF	-3,729	1,330	7,856	1	,005	,024
	POSITION	3,020	,614	24,178	1	,000	20,491
	INDBOURDD	1,546	,412	14,078	1	,000	4,691
	Constant	-19,217	3,901	24,272	1	,000	,000
Etape 8	ROA	-,095	,044	4,687	1	,030	,909
	DIF	1,628	,706	5,312	1	,021	5,096
	SAL	-,072	,076	,903	1	,342	,931
	TAILCA	-,186	,101	3,392	1	,066	,831
	CUMUL	-2,225	,765	8,463	1	,004	,925
	FEM	8,475	4,166	4,139	1	,042	4793,237
	logACTIFS	3,073	,800	14,773	1	,000	21,608
	SECTEUR	3,492	1,093	10,206	1	,001	32,837
	COT	-2,660	1,023	6,765	1	,009	,070
	JF	-3,561	1,314	7,347	1	,007	,028
	POSITION	3,033	,614	24,369	1	,000	20,753
	INDBOURDD	1,499	,400	14,024	1	,000	4,475
	Constant	-19,234	3,874	24,657	1	,000	,000
Etape 9	ROA	-,088	,043	4,131	1	,042	,916
	DIF	1,669	,712	5,491	1	,019	5,308
	TAILCA	-,166	,097	2,891	1	,089	,847
	CUMUL	-2,011	,713	7,943	1	,005	,746
	FEM	7,677	4,078	3,543	1	,060	2157,498
	logACTIFS	2,902	,766	14,343	1	,000	18,208
	SECTEUR	3,346	1,074	9,703	1	,002	28,395

	COT	-2,656	1,018	6,801	1	,009	,070
	JF	-3,440	1,288	7,139	1	,008	,032
	POSITION	3,083	,625	24,356	1	,000	21,819
	INDBOURDD	1,441	,392	13,507	1	,000	4,224
	Constant	-18,765	3,826	24,052	1	,000	,000

Tableau 47 : Tests de spécification du modèle 2007-2008

Etape	Niveau	Khi-deux	Ddl	Signif.
Etape 1	Step	200,803	19	,000
	Block	200,803	19	,000
	Model	200,803	19	,000
Etape 2	Step	-,014	1	,904
	Block	200,788	18	,000
	Model	200,788	18	,000
Etape 3	Step	-,022	1	,881
	Block	200,766	17	,000
	Model	200,766	17	,000
Etape 4	Step	-,053	1	,818
	Block	200,713	16	,000
	Model	200,713	16	,000
Etape 5	Step	-,117	1	,732
	Block	200,596	15	,000
	Model	200,596	15	,000
Etape 6	Step	-,393	1	,531
	Block	200,203	14	,000
	Model	200,203	14	,000
Etape 7	Step	-,431	1	,512
	Block	199,772	13	,000
	Model	199,772	13	,000
Etape 8	Step	-,622	1	,430
	Block	199,149	12	,000
	Model	199,149	12	,000
Etape 9	Step	-,932	1	,334
	Block	198,218	11	,000
	Model	198,218	11	,000

A negative Chi-squares value indicates that the Chi-squares value has decreased from the previous step.

Tableau 48 : Qualité d'ajustement du modèle 2007-2008

Etape	-2log-vraisemblance	R^2 de Cox et Snell	R^2 de Nagelkerke
1	88,931	,581	,813
2	88,946	,581	,813
3	88,968	,581	,812
4	89,021	,581	,812
5	89,138	,580	,812
6	89,531	,580	,811
7	89,962	,579	,810
8	90,585	,578	,808
9	91,516	,576	,806

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 :	Les définitions de la comptabilité sociétale et du reporting sociétal	25
Tableau 2 :	Les différents instruments et méthodes de comptabilité sociétale	28
Tableau 3 :	Les législations nationales en matière de reporting sociétal	40
Tableau 4 :	Les limites des mesures de la performance sociétale	74
Tableau 5 :	Les niveaux d'assurance de la vérification sociétale	94
Tableau 6 :	L'analyse comparative des standards utilisables pour la vérification sociétale	110
Tableau 7 :	Présentation des études empiriques sur les déterminants de la vérification sociétale	125
Tableau 8 :	Les approches théoriques utilisées pour étudier la comptabilité sociétale	137
Tableau 9 :	Présentation chronologique des études empiriques en comptabilité sociétale	138
Tableau 10 :	Les fondements de la théorie néo-institutionnelle	146
Tableau 11 :	Les deux principaux cadres théoriques utilisés en comptabilité sociétale	149
Tableau 12 :	Synthèse et caractéristiques des cadres théoriques mobilisés pour la recherche	169
Tableau 13 :	Caractéristiques des entretiens et des entreprises de l'échantillon	184
Tableau 14 :	Caractéristiques des entretiens auprès des vérificateurs	186
Tableau 15 :	Caractéristiques des entretiens auprès des parties prenantes	187
Tableau 16 :	Tableau de contingence pour le calcul du Kappa et résultat du test	269
Tableau 17 :	Sources utilisées pour la collecte des données	273
Tableau 18 :	Récapitulatif des hypothèses et déterminants de la vérification sociétale	275
Tableau 19 :	Statistiques descriptives de la variable à expliquer	297
Tableau 20 :	Statistiques descriptives des variables explicatives dichotomiques	298
Tableau 21 :	Statistiques descriptives des variables explicatives quantitatives	300
Tableau 22 :	Matrice de corrélation des variables explicatives pour 2007	303
Tableau 23 :	Test VIF pour les variables explicatives	304
Tableau 24 :	Test non paramétrique de *Mann-Whitney*	306
Tableau 25 :	Test du Khi-deux d'indépendance	310
Tableau 26 :	Résultats des régressions simples pour chaque variable en 2007	313
Tableau 27 :	Résultats des régressions simples pour chaque variable en 2008	315
Tableau 28 :	Résultats des régressions simples pour chaque variable en 2007-2008	317
Tableau 29 :	Tests de spécification et qualité d'ajustement des modèles 2007 et 2008	320
Tableau 30 :	Résultats de la régression multiple pour 2007	321
Tableau 31 :	Résultats de la régression multiple pour 2008	322
Tableau 32 :	Tests de spécification, qualité d'ajustement et test d'Hosmer et Lemeshow…	325

Tableau 33 : Résultats de la régression multiple pour les données « poolées » à effets fixes 326
Tableau 34 : Régression logistique *Backward* 2007 330
Tableau 35 : Régression logistique *Backward* 2008 331
Tableau 36 : Régression logistique *Backward* avec les données « poolées » 331
Tableau 37 : Synthèse des résultats des régressions multiples 341
Tableau 38 : Matrice de corrélation de 2008 404
Tableau 39 : Matrice de corrélation pour les données « poolées » (2007-2008) 405
Tableau 40 : Etapes de la régression *Backward* 2007 406
Tableau 41 : Tests de spécification du modèle 2007 410
Tableau 42 : Qualité d'ajustement du modèle 2007 410
Tableau 43 : Etapes de la régression *Backward* 2008 411
Tableau 44 : Tests de spécification du modèle 2008 415
Tableau 45 : Qualité d'ajustement du modèle 2008 416
Tableau 46 : Etapes de la régression *Backward* 2007-2008 417
Tableau 47 : Tests de spécification du modèle 2007-2008 421
Tableau 48 : Qualité d'ajustement du modèle 2007-2008 421

LISTE DES FIGURES

Figure 1 :	La relation tripartite dans la vérification sociétale	7
Figure 2 :	Le processus d'intégration de la vérification sociétale	8
Figure 3 :	Les étapes en amont de la publication définitive des informations sociétales	9
Figure 4 :	Présentation du protocole de la recherche	11
Figure 5 :	Plan de la recherche	16
Figure 6 :	Positionnement du reporting sociétal par rapport à la comptabilité sociétale	27
Figure 7 :	Les deux aspects du reporting sociétal	31
Figure 8 :	Les avantages du reporting sociétal	35
Figure 9 :	Evolution de la nature des rapports diffusés en matière de reporting sociétal	37
Figure 10 :	Le cadre légal français du reporting sociétal	49
Figure 11 :	L'architecture des documents et standards de la GRI	59
Figure 12 :	Les initiatives internationales en matière de reporting sociétal	61
Figure 13 :	Les visées des études empiriques sur la diffusion d'informations sociétales	63
Figure 14 :	Les trois approches générales de la vérification sociétale	86
Figure 15 :	Les étapes vers une vérification par un tiers extérieur des informations sociétales	90
Figure 16 :	Le processus de vérification sociétale	91
Figure 17 :	Les parties de la mission de vérification sociétale	93
Figure 18 :	Les types de travaux de vérification dans les entreprises du SBF 120	95
Figure 19 :	Les indicateurs vérifiés lors de la vérification sociétale	96
Figure 20 :	Les principes garant de la qualité des rapports de développement durable	101
Figure 21 :	Principes et engagements de l'AA1000AS	105
Figure 22:	Principes de l'ISAE 3000	106
Figure 23 :	Les niveaux de vérification de l'ISAE 3000	108
Figure 24 :	Référence aux standards de vérification sociétale	113
Figure 25 :	L'utilisation des standards de la vérification sociétale	114
Figure 26 :	Combinaison des standards de vérification sociétale (GRI, AA10001S, ISAE3000)	115
Figure 27 :	Les études empiriques sur la vérification des informations	118
Figure 28 :	Glissement de cadres théoriques généraux vers des cadres théoriques plus restrictifs	135
Figure 29 :	Combinaison d'un double cadre théorique	151
Figure 30 :	Une lecture contractuelle de la vérification sociétale	156
Figure 31 :	Une lecture institutionnelle de la vérification sociétale	160

Figure 32 :	Double lecture théorique mobilisée pour expliquer la vérification sociétale	172
Figure 33 :	Protocole de la recherche	178
Figure 34 :	Les trois phases de l'étude qualitative exploratoire	180
Figure 35 :	Structure générale des guides d'entretiens	189
Figure 36 :	Structure du guide d'entretien pour les entreprises	191
Figure 37 :	Structure du guide d'entretien pour les vérificateurs sociétaux	192
Figure 38 :	Structure du guide d'entretien pour les parties prenantes	193
Figure 39 :	La compréhension des discours	197
Figure 40 :	Grille d'analyse des entretiens semi-directifs	198
Figure 41 :	Les étapes de la mission de vérification des informations sociétales	202
Figure 42 :	La gestion de la légitimité par la mise en place d'une vérification sociétale	217
Figure 43 :	Les enjeux de la mise en place d'une vérification des informations sociétales	219
Figure 44 :	De la mise en place du reporting à sa diffusion	222
Figure 45 :	Démarche d'élaboration des hypothèses et proposition du modèle explicatif	228
Figure 46 :	Variables explicatives de la mise en place d'une vérification sociétale	230
Figure 47 :	Les variables issues de l'étude qualitative	252
Figure 48 :	Modélisation des déterminants de la mise en place d'une vérification sociétale	277
Figure 49 :	Classification des méthodes multivariées	282
Figure 50 :	Organigramme indiquant le choix du test d'égalité des paramètres	290

LISTE DES ACRONYMES

AA1000AS: AccountAbility 1000 Assurance Standard

ACCA: Association of Chartered Certified Accountants

ADERSE: Association pour le Développement de l'Enseignement et de la Recherche sur la responsabilité Sociale de l'Entreprise

ARESE: Agence de Rating Social et Environnemental sur les Entreprises

ASPI: Advanced Sustainable Performance Index

BHP: Broken Hill Proprietary Company

CA: Conseil d'Administration

CAC (40): Cotation Assistée en Continu

CAC: Commissaire Aux Comptes

CERES: Coalition for Environmentally Responsible Economies

CNUED: Nations Unies sur l'Environnement et le Développement

DAX (30 et 70): Deutscher Aktien Index

DD: Développement Durable

DG: Président Général

DJSI: Dow Jones Sustainability Index

DSI: Domini Social Index

EEE: Espace Economique Européen

EMAS: Eco-Management and Audit Scheme

EPA: Environmental Protection Agency

ERM: Environmental Resources Management

ESG: Environnemental, Social et Gouvernance

ESI: Ethibel Sustainability Index

FEE: Fédérations des Experts Comptables Européen

FTSE: Financial Times Stock Exchange

GRI: Global Reporting Initiative

IAASB: International Auditing and Assurance Standards Board

IAS: International Accounting Standards

IFAC: Fédération Internationale des Comptables

IFRS: International Financial Reporting Standards

ISAE: International Standard on Assurance Engagements

ISO: International Organization For Standardization

JF: Janis-Fadner

KLD : Kinder Lydenberg Domini

LRT: Log Ratio Test

LSF: Loi sur la Sécurité Financière

NRE: Nouvelles Régulations Economiques

OCDE: Commission Européenne ou l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques

OFR: Operating and Financial Review

ONG: Organisations Non Gouvernementales

ORSE: Observatoire sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises

PDCA: Plan Do Check Act

PDG: Président Directeur Général

PNUE : United Nations Environment Programme

PP: Parties Prenantes

R & D: Recherche et Développement

RIODD: Association du réseau International de recherche sur les Organisations et le Développement Durable

ROA: Return On Asset

RSE: Responsabilité Sociétale des Entreprises

SBF (120): Société des Bourses Françaises

SEAAR: Social and Ethic Accounting, Auditing and Reporting

SEC: Securities and Exchange Commission

SHE: Sécurité, Hygiène et Environnement

SME: Système de Management Environnemental

SRG: Sustainability Reporting Guidelines

TPP: Théorie des Parties Prenantes

TRI: Toxic Release Inventory

UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

US GAAP: Generally Accepted Accounting Principles

VIF: Variance Inflation Factor

WBCSE: World Business Council for Sustainable Development

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION GENERALE 1
1. La définition des concepts et la problématique de la recherche 5
2. Le protocole de la recherche 10
3. Les intérêts de la recherche 12
4. Le plan de la recherche 14

PREMIERE PARTIE - PRESENTATION CONCEPTUELLE ET THEORIQUE DE LA RECHERCHE : DE LA DIFFUSION DE L'INFORMATION SOCIETALE A UNE INFORMATION SOCIETALE VERIFIEE 17

CHAPITRE 1 - LE REPORTING SOCIETAL COMME MECANISME DE DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES 19

INTRODUCTION DU CHAPITRE 1 20

SECTION 1 – VERS UNE EVOLUTION DE LA DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES 21

1. LES ORIGINES ET LES DEFINITIONS DE LA DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES 21
1.1 Positionnement du reporting sociétal au sein de la comptabilité sociétale 21
1.2 Définition du reporting sociétal 29
2. LES EVOLUTIONS DANS LES PRATIQUES DE DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES 30
2.1 Les pratiques et supports du reporting sociétal 30
2.2 Les enjeux et limites du reporting sociétal 34
2.2.1 Le reporting sociétal comme un « business case » 34
2.2.2. Les incertitudes quant à l'évolution du reporting sociétal 36

SECTION 2 –LES FRONTIERES REGLEMENTAIRES DE LA DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES 39

1. LES REGIMES REGLEMENTAIRES NATIONAUX 39
2. LE CADRE LEGAL FRANÇAIS 42
2.1. Les premières lois 42
2.2. La loi sur le bilan social 43
2.3. La loi sur les Nouvelles Régulations Economiques (NRE) 44
2.4. La loi du 30 juillet 2003 46
2.5. La loi sur l'Investissement Socialement Responsable et la Loi sur la Sécurité Financière (LSF) 47
2.6. Le grenelle 1 et 2 47
3. UNE MULTIPLICITE D'INITIATIVES INTERNATIONALES 50
3.1. Les normes internationales 50
3.2. Les autres iNitiatives de l'Union Européenne 52
3.3. Les recommandations de l'OCDE 54
3.4. Les programmes des Nations Unies 55
3.5. La Global reporting Initiative (GRI) 56

SECTION 3 –REVUE DE LA LITTERATURE SUR LA DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES 62

1. UN PANORAMA DES ETUDES SUR LA DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES 62
1.1. Les études descriptives 63
1.2. Les études explicatives 64
2. LES FACTEURS EXPLICATIFS DE LA DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES 68
2.1. Les facteurs explicatifs économiques 69
2.2. Les facteurs explicatifs socio-organisationnels 70

3. LES LIMITES DES ETUDES SUR LA DIFFUSION DES INFORMATIONS SOCIETALES 72
3.1. Les limites méthodologiques *73*
3.2. Les limites relatives aux données publiées par les entreprises *75*

CONCLUSION DU CHAPITRE 1 76

CHAPITRE 2 - LA VERIFICATION SOCIETALE COMME MECANISME DE CREDIBILISATION DU REPORTING SOCIETAL 79

INTRODUCTION DU CHAPITRE 2 80

SECTION 1 – LE CADRE CONCEPTUEL DE LA VERIFICATION DES INFORMATIONS SOCIETALES 81

1. LES ORIGINES ET APPROCHES DE LA VERIFICATION SOCIETALE 81
1.1. Terminologie et définitions de la vérification *82*
1.1.1. Le choix de l'emploi du terme « vérification » 82
1.1.2. L'étymologie et les définitions de la vérification 84
1.2 Les approches générales d'une vérification sociétale *85*
2. L'ETAT ACTUEL DE LA VERIFICATION SOCIETALE 89
2.1. Les étapes vers la mission de vérification sociétale *89*
2.2. Le contenu de la mission de vérification sociétale *92*

SECTION 2 –LE CADRE NORMATIF DE LA VERIFICATION DES INFORMATIONS SOCIETALES 99

1. LES SPECIFICITES DE CHAQUE NORME UTILISABLE POUR LA VERIFICATION SOCIETALE 99
1.1 Le Global Reporting Initiative au regard de la vérification sociétale *100*
1.2 Le standard d'AccountAbility : AA1000 Assurance Standard *103*
1.3 L'International Standard on Assurance Engagement : Norme ISAE 3000 ..... *106*
2. LA COMPLEMENTARITE DES NORMES UTILISABLES POUR LA VERIFICATION SOCIETALE 108
2.1. La comparaison des standards utilisables pour la vérification sociétale *109*
2.2. L'interdépendance des standards utilisable pour la vérification sociétale *113*

SECTION 3 – REVUE DE LA LITTERATURE DE LA VERIFICATION DES INFORMATIONS SOCIETALES 117

1. UN PANORAMA DES ETUDES SUR LA VERIFICATION SOCIETALE 117
1.1. Les premières recherche sur la demande d'une vérification externe volontaire *118*
1.2. La demande de vérification dans le contexte particulier des informations sociétales *120*
1.2.1 Une vision d'ensemble des études sur la vérification sociétale 120
1.2.2 Les études portant sur les déterminants de la vérification sociétale 124
2. LES LIMITES DES ETUDES SUR LA VERIFICATION SOCIETALE 128
2.1. Les limites méthodologiques *128*
2.2. Les limites théoriques et les voies de recherche *129*

CONCLUSION DU CHAPITRE 2 131

CHAPITRE 3 - PRESENTATION DU DOUBLE CADRE THEORIQUE UTILISE POUR ETUDIER LA VERIFICATION SOCIETALE 133

INTRODUCTION DU CHAPITRE 3 134

SECTION 1 – REVUE DE LA LITTERATURE DES CADRES THEORIQUES UTILISES EN COMPTABILITE SOCIETALE 135

1. UN CORPUS THEORIQUE RICHE 136
1.1. Panorama des études empiriques *138*
1.2. Cadre général des théories contractuelles *142*
1.3. Cadre général des théories néo-institutionnelles *145*

2. LES DEUX CADRES THEORIQUES ET LEUR COMBINAISON 148

SECTION 2- DEUX APPROCHES THEORIQUES DOMINANTES POUR ETUDIER LA VERIFICATION SOCIETALE 153

1. APPROCHE CONTRACTUELLE DE LA VERIFICATION SOCIETALE 153
2. APPROCHE NEO-INSTITUTIONNELLE DE LA VERIFICATION SOCIETALE 156

SECTION 3 - JUSTIFICATION D'UN DOUBLE CADRE THEORIQUE POUR LA RECHERCHE 161

1. LIMITES DES CADRES THEORIQUES UTILISES DANS LA RECHERCHE 161
1.1. Limites des approches contractuelles de l'entreprise 161
1.2. Limites des approches néo-institutionnelles 165
2. APPORTS DE L'UTILISATION D'UN DOUBLE CADRE THEORIQUE 167

CONCLUSION DU CHAPITRE 3 171

CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE 174

DEUXIEME PARTIE - ETUDE EMPIRIQUE DE LA MISE EN PLACE DE VERIFICATION DES INFORMATIONS SOCIETALES DANS LE CONTEXTE FRANÇAIS 177

CHAPITRE 4 - ETUDE EXPLORATOIRE QUALITATIVE 179

INTRODUCTION DU CHAPITRE 4 180

SECTION 1 – METHODOLOGIE DE L'ETUDE EXPLORATOIRE 182

1. CHOIX DES ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS ET SELECTION DE LA POPULATION 182
1.1. L'échantillon des entreprises interviewées 183
1.2. L'échantillon des vérificateurs interviewés 185
1.3. L'échantillon des parties prenantes interviewées 186
2. RECUEIL ET ANALYSE DES DONNEES QUALITATIVES 187
2.1. Les guides d'entretiens 187
2.2. L'analyse de contenu des entretiens 195

SECTION 2 – RESULTATS DE L'ANALYSE DES ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS 199

1. LA NOTION DE VERIFICATION SOCIETALE 199
1.1. Définition, objectif et étapes de la mission de vérification sociétale 199
1.2. Les niveaux de la vérification sociétale 203
1.2.1. Le choix du niveau de vérification 203
1.2.2. L'émission d'une réserve 204
1.3. Le statut et le rôle du vérificateur 205
2. LES ENJEUX DE LA MISE EN PLACE D'UNE MISSION DE VERIFICATION SOCIETALE 207
2.1. Les enjeux internes 207
2.2. Les enjeux externes 209
3. LES OBSTACLES A LA VERIFICATION SOCIETALE 211

SECTION 3 – DISCUSSION DES RESULTATS DE L'ETUDE EXPLORATOIRE 213

1. INTERPRETATION DES RESULTATS DE LA PHASE EXPLORATOIRE 213
1.1. Un besoin de confiance dans les informations diffusées 213
1.2. La compétence et l'indépendance des vérificateurs 214
1.3. La mise en place d'une vérification des informations sociétales : une quête de légitimité pour les entreprises 216
2. SYNTHESE ET APPORTS DE L'ETUDE EXPLORATOIRE POUR L'ETUDE QUANTITATIVE 217

2.1. La vérification sociétale : de multiples facteurs d'influence *218*
2.2. La vérification sociétale : une approche contractuelle *220*
2.3. La vérification sociétale : une approche institutionnelle *221*

CONCLUSION DU CHAPITRE 4 225

CHAPITRE 5 - FORMULATION DES HYPOTHESES DE RECHERCHE ET PROPOSITION D'UN MODELE EXPLICATIF 227

INTRODUCTION DU CHAPITRE 5 228

SECTION 1 – HYPOTHESES DE RECHERCHE ISSUES DE LA LITTERATURE 230

1. LES DETERMINANTS DE LA VERIFICATION SOCIETALE ISSUS DES THEORIES CONTRACTUELLES 231
1.1. Les variables économiques *231*
1.1.1. La performance financière 231
1.1.2. La structure financière : le niveau d'endettement 232
1.2. Les variables de gouvernance *233*
1.2.1. Les effets de la structure de propriété sur la vérification sociétale 234
1.2.2. Les effets des caractéristiques du conseil d'administration sur la mise en place d'une vérification sociétale 239
1.3. Les variables structurelles *243*
1.3.1. La taille de l'entreprise 244
1.3.2. Le secteur d'activité 245
2. LES DETERMINANTS DE LA VERIFICATION SOCIETALE ISSUS DES THEORIES NEO-INSTITUTIONNELLES DE LA LEGITIMITE 246
2.1. La variable liée à la réglementation *246*
2.2. Les variables liées à la pression médiatique *248*
2.2.1. Le niveau d'exposition aux médias 249
2.2.2. La légitimité médiatique 250

SECTION 2 – HYPOTHESES DE RECHERCHE ISSUES DE L'ETUDE QUALITATIVE 252

1. RENFORCEMENT DU CHOIX DES HYPOTHESES ISSUES DE LA LITTERATURE 253
1.1. Le coût de la mise en place d'une vérification sociétale *253*
1.2. L'influence des créanciers des entreprises *254*
1.3. La pression réglementaire *254*
2. EMERGENCE DE NOUVELLES HYPOTHESES DE RECHERCHE 255
2.1. Positionnement de l'entreprise en matière de RSE *255*
2.2. L'appartenance du CAC à un cabinet d'audit international *258*

SECTION 3 – OPERATIONNALISATION DES VARIABLES ET PRESENTATION DU MODELE EXPLICATIF 260

1. MESURE DE LA VERIFICATION SOCIETALE 260
2. OPERATIONNALISATION DES VARIABLES EXPLICATIVES 261
2.1. Mesure des variables contractuelles *261*
2.1.1. Les variables économiques 261
2.1.2. Les variables de gouvernance 262
2.1.3. Les variables structurelles 264
2.2. Mesure des variables institutionnelles *265*
2.2.1. Variable réglementaire 265
2.2.2. Pression médiatique 266
2.2.3. Positionnement de l'entreprise 269
2.2.4. Cabinet d'audit 271
3. MODELE EXPLICATIF 272

CONCLUSION DU CHAPITRE 5 276

CHAPITRE 6 - RESULTATS DES ANALYSES QUANTITATIVES 279
INTRODUCTION DU CHAPITRE 6 280

SECTION 1 –DEMARCHE METHODOLOGIQUE 281

1. CHOIX DE LA METHODOLOGIE 281
1.1. La détermination du modèle d'analyse 281
1.2. La régression logistique 283
2. DESCRIPTION DE LA METHODOLOGIE 286
2.1. L'analyse descriptive de l'échantillon 287
2.1.1. Les statistiques descriptives 287
2.1.2. L'analyse des corrélations entre les variables indépendantes 288
2.1.3. Le test d'égalité des paramètres des échantillons 289
2.2. La régression logistique 290
2.2.1. Traitement des *outliers* 291
2.2.2. Evaluation de la qualité globale du modèle de régression logistique 292
2.2.3. Significativité des variables explicatives 294

SECTION 2 –ANALYSE DESCRIPTIVE DES DONNEES 296

1. DESCRIPTION DE L'ECHANTILLON 296
1.1. Constitution de l'échantillon 296
1.2. Statistiques descriptives des variables explicatives 298
2. L'ANALYSE DES CORRELATIONS ENTRE LES VARIABLES INDEPENDANTES 301
3. LE TEST D'EGALITE DES PARAMETRES DES ECHANTILLONS 305
3.1. Test non paramétrique de Mann-Whitney 305
3.2. Test du Khi-deux d'indépendance 309

SECTION 3 –TEST DU MODELE ET DES HYPOTHESES 312

1. LES REGRESSIONS LOGISTIQUES BINAIRES SIMPLES 312
1.1. Les résultats des régressions logistiques simples annuelles 312
1.1.1. Les résultats de 2007 312
1.1.2. Les résultats de 2008 315
1.2. Les résultats des régressions logistiques simples « poolées » 316
2. LES REGRESSIONS LOGISTIQUES BINAIRES MULTIPLES 319
2.1. Les régressions logistiques multivariées 319
2.1.1. Les résultats des régressions logistiques multivariées annuelles 320
2.1.2. Les résultats des régressions logistiques multivariées « poolées » 324
2.2. Les régressions logistiques avec sélection de variables 329
3. SYNTHESE ET DISCUSSIONS DES RESULTATS 335
3.1. Les facteurs contractuels 335
3.2. Les facteurs institutionnels 338

CONCLUSION DU CHAPITRE 6 342

CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE 343

CONCLUSION GENERALE 345
1. LES OBJECTIFS ET LA DEMARCHE DE LA RECHERCHE 345
2. LES PRINCIPAUX RESULTATS DE LA RECHERCHE 346
3. LES APPORTS DE LA RECHERCHE 348
3.1. LES APPORTS THEORIQUES 348
3.2. LES APPORTS METHODOLOGIQUES 349
3.3. LES APPORTS MANAGERIAUX 349
4. LES LIMITES DE LA RECHERCHE 350
4.1. LES LIMITES DE L'ETUDE QUALITATIVE 350
4.2. LES LIMITES DE L'ETUDE QUANTITATIVE 351
5. LES VOIES DE RECHERCHES FUTURES 352

BIBLIOGRAPHIE 353

LISTE DES ANNEXES 381

ANNEXES 382

ANNEXE 1 : EXTRAIT DE LA LOI GRENELLE 1 TITRE V ARTICLE 46 382

ANNEXE 2 : EXTRAIT DE LA LOI GRENELLE 2 TITRE VI ARTICLE 83 385

ANNEXE 3 : LES INDICATEURS DE LA GRI 388

ANNEXE 4 : RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES PROCESSUS D'ETABLISSEMENT DES INFORMATIONS SOCIETALES PUBLIEES DANS LE RAPPORT DD DE L'ENTREPRISE L'OREAL 389

ANNEXE 5 : DECLARATION DE VERIFICATION EFFECTUEE PAR LE CABINET ERM POUR LES INFORMATIONS SHE DE L'ENTREPRISE L'OREAL 389

ANNEXE 6 : GUIDES D'ENTRETIENS 391

GUIDE D'ENTRETIEN : DESTINE AUX ENTREPRISES FAISANT VERIFIER LEURS INFORMATIONS SOCIETALES 391

GUIDE D'ENTRETIEN : DESTINE AUX ENTREPRISES NE FAISANT PAS VERIFIER LEURS INFORMATIONS SOCIETALES 393

GUIDE D'ENTRETIEN : DESTINE AUX CAC 395

GUIDE D'ENTRETIEN : DESTINE AUX AGENCES DE NOTATION EXTRA FINANCIERE 397

GUIDE D'ENTRETIEN : DESTINE AU RESPONSABLE D'UNE ORGANISATION PATRONALE 399

ANNEXE 7 : LISTE DES ENTREPRISES DE L'ECHANTILLON 401

ANNEXE 8 : MATRICES DE CORRELATION POUR L'ANNEE 2008 ET LES DONNEES POOLEES (2007-2008) 404

ANNEXE 9 : ETAPES ET COEFFICIENTS DE LA REGRESSION LOGISTIQUE BACKWARD 406

LISTE DES TABLEAUX 423

LISTE DES FIGURES 425

LISTE DES ACRONYMES 427

TABLE DES MATIERES 429

L'ETUDE DES DETERMINANTS DE LA VERIFICATION DES INFORMATIONS SOCIETALES DANS LE CONTEXTE FRANÇAIS

Résumé
La présente recherche étudie les pratiques volontaires de vérification des informations sociétales. Il s'agit d'identifier, dans le contexte français, les facteurs pouvant avoir une influence sur la décision des entreprises de mettre en place volontairement une vérification sociétale réalisée par un tiers extérieur. Un double cadre théorique combinant les théories contractuelles et néo-institutionnelles est mobilisé. L'étude empirique repose sur une démarche en deux étapes. La première est une étude exploratoire qualitative réalisée à partir d'entretiens semi-directifs menés auprès de plusieurs acteurs concernés par la vérification sociétale. La deuxième étape est une analyse quantitative (régressions logistiques) dont l'objectif est de mettre en exergue les facteurs contractuels et institutionnels de la mise en place d'une vérification sociétale. L'échantillon est constitué des entreprises françaises cotées au SBF120 et la période étudiée est de deux ans, 2007 et 2008. Les résultats révèlent que le cumul des fonctions de directeur général et de président du conseil d'administration est déterminant dans le choix des entreprises de recourir à une vérification sociétale. De plus, la taille de l'entreprise ainsi que l'appartenance à un secteur d'activité sensible influencent positivement la mise en place d'une vérification sociétale. Enfin, le caractère significatif du positionnement des entreprises en matière de RSE sur le recours à une vérification sociétale a également été mis en évidence.

Mots-clés
Vérification des informations sociétales, Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE), Reporting Sociétal, Rapports de développement durable, Commissaires aux comptes, Théorie contractuelle, Théorie néo-institutionnelle.

THE STUDY OF THE DETERMINANTS OF THE VERIFICATION OF SUSTAINABILITY INFORMATION IN THE FRENCH CONTEXT

Abstract
This research examines the process of voluntary verification of sustainability information. It involves identifying, in the French context, the factors that may influence companies' decision to establish a voluntary sustainability verification conducted by an outside party. A double theoretical framework combining agency theories and neo-institutional theories is employed. The empirical study is based on a two-step process. The first is an exploratory qualitative study conducted from semi-structured interviews with several actors involved in sustainability verification. The second step is a quantitative analysis (logistic regressions) which aims to highlight the contractual and institutional factors of development of sustainability verification. The sample consists of French companies listed on the SBF 120 and the review period is two years, 2007 and 2008. The results show that the dual capacity of chief executive and chairman of the board of directors is crucial in engaging companies to resort to sustainability verification. In addition, firm size and membership of a sensitive industry positively influence the development of sustainability verification. Finally, the significance of the positioning of companies on CSR on the use of sustainability verification is also highlighted.

Keywords
Sustainability verification, Corporate Social Responsibility (CSR), Sustainability reporting, Sustainability reports, Auditors, Contractual theory, Neo-institutional theory.