

COMPORTEMENT SOCIALEMENT RESPONSABLE DES ENTREPRISES ET ENGAGEMENT ORGANISATIONNEL DES SALARIES EN CÔTE D'IVOIRE

SOCIALLY RESPONSIBLE BEHAVIOR OF COMPANIES AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT OF EMPLOYEES IN CÔTE D'IVOIRE

DOMOA Chayé Danielle Larissa

Enseignant-chercheur

Université Félix Houphouët Boigny

Côte d'Ivoire

danielledomoa@gmail.com

Date de soumission : 12/05/2022

Date d'acceptation : 17/08/2022

Pour citer cet article:

DOMOA. C D L (2022) «COMPORTEMENT SOCIALEMENT RESPONSABLE DES ENTREPRISES ET ENGAGEMENT ORGANISATIONNEL DES SALARIES EN CÔTE D'IVOIRE», Revue Internationale des Sciences de Gestion «Volume 5 : Numéro 3» pp : 1298 – 1325

Résumé

L'objectif de cet article est de montrer l'effet du comportement socialement responsable des entreprises perçu par les salariés en Côte d'Ivoire sur leur engagement organisationnel. Pour conduire cette étude, nous adoptons une approche quantitative basée sur une démarche hypothético-déductive. Les données sont recueillies à partir d'un questionnaire administré auprès de 214 salariés faisant partie de grandes entreprises cotées à la Bourse Régionale des Valeurs Mobilières (BRVM) pratiquant la RSE et qui ont obligation de publier ces politiques RSE dans le rapport annuel. L'enquête se base aussi sur l'analyse des différents sites internet présentant des stratégies et activités de responsabilité sociale. Les résultats traités et obtenus au moyen des logiciels SPSS et AMOS montrent l'effet du comportement socialement responsable perçu par les salariés sur leur engagement organisationnel en Côte d'Ivoire. Cet effet se perçoit au travers de pratiques spécifiques telles que celles liées aux initiatives sociales, à l'environnement et aux générations futures. Ainsi, prenant appui sur ces résultats, nous exposons les implications managériales et les perspectives de recherches futures.

Mots clés : Comportements socialement responsables ; responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) ; pratiques RSE ; engagement organisationnel ; approche quantitative.

Abstract

The objective of this article is to show the effect of the socially responsible behavior of companies perceived by employees in Côte d'Ivoire on their organizational commitment. To conduct this study, we adopt a quantitative approach based on a hypothetico-deductive approach. The data is collected from a questionnaire administered to 214 employees belonging to large companies listed on the regional stock exchange (BRVM) practicing CSR and which are required to publish these CSR policies in the annual report. The survey is also based on the analysis of the various websites presenting social responsibility strategies and activities. The results processed and obtained using SPSS and AMOS software show the effect of socially responsible behavior perceived by employees on their organizational commitment in Côte d'Ivoire. This effect is perceived through specific practices such as those related to social initiatives, the environment and future generations. Thus, based on these results, we expose the managerial implications and the perspectives of future research.

Keywords : Socially responsible behavior ; corporate social responsibility (CSR) ; CSR practices ; organizational commitment ; quantitative approach.



Introduction

La responsabilité sociale des entreprises (RSE) est un concept qui se développe de façon considérable (Echaine et Smouni, 2022 ; Pasquero, 2005) à travers le monde. Cet enthousiasme autour de la RSE s'appréhende aujourd'hui par une effervescence remarquable (El Harrane, 2022 ; Aguinis et Glavas, 2012), aussi bien dans les études universitaires, que dans les préoccupations affichées par les dirigeants d'entreprises (Carroll et Shabana, 2010). L'Afrique n'échappe pas à ce constat puisque la littérature sur la relation entre la RSE et le développement en Afrique commence à peine à émerger (Albdour et Altarawneh, 2012). En témoigne la très faible production d'écrits sur le sujet en Afrique subsaharienne (M'Bouna, 2016), particulièrement en Côte d'Ivoire où à l'exception des importants travaux sur la RSE de Gnanzou et Fosso (2011, 2014), la recherche sur la question reste encore faible.

Devenue un sujet d'actualité et une stratégie essentielle aujourd'hui (Du et al., 2014) dans le paysage des entreprises et plus particulièrement dans celui des chercheurs, la RSE est considérée comme un aspect important des stratégies déployées par les entreprises (Jones, 2010) surtout face à l'évolution des demandes et des pressions exercées par différents groupes d'acteurs (Houkoku, 2016). L'émergence de ces différents groupes d'acteurs a fait naître différentes études qui catégorisent les parties prenantes selon leur degré d'importance pour l'entreprise (Pesqueux, 2017), soit en parties prenantes primaires et parties prenantes secondaires, soit en parties prenantes internes et parties prenantes externes. Les salariés, classés dans les parties prenantes primaires et internes, s'avèrent être l'une des plus importantes parties prenantes de l'entreprise (Tahlil, 2016 ; Jones, 2010) parce qu'ils jouent un rôle d'une importance capitale. Aussi, pour aboutir à la performance organisationnelle (financière, économique, sociale, sociétale...), il apparaît fondamental pour l'entreprise d'user de plus de dextérité afin d'impliquer les salariés dans les stratégies RSE qui deviennent toutes aussi importantes pour un mieux-être en son sein.

Malgré que les salariés demeurent le "parent pauvre" en matière de littérature RSE (Igalens et Tahri, 2012), certains auteurs, comme Ali, et al., (2010) ainsi que Brammer, et al., (2007) s'y sont intéressés. Ils montrent dans leurs études que la RSE a un impact significatif sur le comportement des salariés, précisément sur leur engagement organisationnel. L'examen de la littérature a aussi montré que la RSE a une influence significative sur la performance organisationnelle (Rettab et al., 2008) et sur l'engagement organisationnel des salariés (Farooq et al., 2014). Aussi, l'engagement organisationnel, lié positivement et significativement à la

performance organisationnelle, fait de l'engagement des salariés au sein de l'entreprise, un élément important pour la performance de celle-ci.

On remarque cependant, que la pléthore de recherche en RSE s'est plutôt focalisée sur l'effet externe de la RSE (investisseurs, consommateurs, clients...) dans une perspective macro, accordant moins d'attention au comportement micro organisationnel c'est-à-dire au niveau individuel (Ditlev-Simonsen, 2015). Elles ont non seulement accordé une attention insuffisante à la RSE en lien avec les salariés (Igalens et Tahri, 2012) mais se sont encore moins intéressées aux différents mécanismes sous-jacents le lien RSE-salariés (Du, et al., 2014) et aux différentes réactions des salariés face aux programmes RSE de leurs organisations.

Ainsi, les rares études publiées, concernant les salariés, explorent la perception RSE de ceux-ci et leurs comportements en se focalisant davantage sur l'engagement organisationnel affectif (Ali et al., 2010 ; Zheng, 2010) conceptualisé par Meyer et Allen (1991) et sur la satisfaction au travail (Valentine et Fleischman, 2008 ; Brammer et al., 2007).

D'autres chercheurs se sont également attelés à trouver les mécanismes sous-jacents qui impactent la relation RSE perçue et engagement organisationnel, en mettant en évidence les variables telles que le volontariat (Jones, 2010), l'identification organisationnelle (Farooq et al., 2014), le support organisationnel perçu, l'authenticité (Glavas, 2016), la confiance (Farooq et al., 2014), la fierté organisationnelle (Jones, 2010), la justice organisationnelle (Rupp et al., 2006). Ces variables ont été éprouvées et ont montré leurs liens dans la relation RSE perçue et engagement organisationnel.

Bien que la recherche en RSE ait donné un aperçu substantiel, notre compréhension de son impact sur les attitudes et les comportements des salariés reste encore limitée (Jamali et Karam, 2016 ; Du et al., 2014) surtout dans les économies en développement (Houkoku, 2016). En effet, la recherche axée sur les salariés ou plus encore sur leurs réactions face aux programmes RSE, n'a pas encore pris de façon concrète une approche aussi fine (Du et al., 2014 ; Rodrigo et Arenas, 2008). Les initiatives internationales en la matière sont en général peu connues des acteurs africains et les entreprises disposant d'une stratégie ou d'une politique de RSE autonome demeurent encore peu nombreuses (Houkoku, 2016). Ainsi, la recherche sur la relation RSE-salariés et RSE- engagement organisationnel et sur les mécanismes qui sous-tendent le lien fait l'objet de récurrents appels des chercheurs à plus d'études à mener sur cet important sujet (Du et al., 2014). Campbell (2006), signale aussi l'urgent besoin de conduire des recherches dans les pays en développement sur la relation entre les activités de RSE et la

performance organisationnelle, principalement sur les attitudes et les comportements des salariés. On comprend alors pourquoi il est important, voir primordial, de poser la question centrale de l'étude à savoir : **Quelle est l'effet de la RSE sur l'engagement organisationnel des salariés en Côte d'Ivoire ?**

Cette étude trouve ses fondements particulièrement dans la théorie de l'échange social. Cette théorie soutient et permet de comprendre la relation entre la perception que le salarié a de la RSE et ses attitudes et comportements vis-à-vis de son entreprise (Jones, 2010 ; Brammer et al., 2007). La théorie de l'échange social fournit une meilleure compréhension de cette relation car elle souligne le comportement social (Tahlil, 2016) résultat (Blau, 1964) d'un processus d'échange. L'échange fait appel à un comportement réciproque. Par conséquent, la théorie de l'échange social pourrait expliquer la relation RSE perçue et comportement des salariés au travail et fournir selon Saks (2006) une base théorique solide pour expliquer l'engagement des salariés dans les entreprises.

Pour apporter un début de réponse à cette étude, nous nous sommes appuyés d'abord sur la littérature disponible qui a permis d'élaborer un questionnaire et de l'affiner vu les spécificités du contexte d'étude. L'administration de ce questionnaire a été faite auprès d'un échantillon constitué de salariés (214 globalement) exerçant dans les grandes entreprises cotées à la Bourse Régionale de Valeurs Mobilières (BRVM). Ce questionnaire permet de mieux appréhender le comportement socialement responsable de l'entreprise perçu par leurs salariés et son effet sur leur engagement organisationnel. Cette étude sera développée à l'aide de trois parties. L'une relative à la revue de la littérature (1), l'autre se référant à la méthodologique (2) et enfin la dernière à la description, à l'interprétation et à la discussion des résultats (3).

1. Revue de la littérature

La revue de la littérature se focalise sur le lien RSE et engagement organisationnel et explique la relation RSE et engagement organisation par la théorie de l'échange social.

1.1. La Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) et L'engagement organisationnel

L'influence de la responsabilité sociale de l'entreprise sur l'engagement organisationnel a été le centre d'intérêt de nombreux auteurs (Aguinis et Glavas, 2012). On estime que la RSE présente divers avantages pour les organisations car elle améliore les attitudes des salariés et la rentabilité de l'entreprise (Tziner et al., 2011). Concernant l'effet de la RSE sur les salariés, les



études peuvent être classées en deux grandes catégories. Celles indiquant que la RSE joue un rôle important dans l'acquisition d'une force de travail potentiel (Albinger et Freeman, 2000) et celles faisant référence à l'amélioration de l'attitude et du comportement des salariés envers l'organisation. Dans la première catégorie, les chercheurs analysent comment les activités sociales des entreprises affectent les employés potentiels (Albinger et Freeman, 2000). Ces études soutiennent l'idée que la RSE crée une bonne réputation pour les entreprises et accroît son attrait en tant qu'employeur. L'étude de Greening et Turban (2000) explique ce lien et déclare que la performance sociale d'une entreprise envoie des signaux aux demandeurs d'emploi potentiels sur ce que ce serait de travailler pour cette entreprise. Dans la seconde catégorie, les chercheurs se concentrent sur l'impact des activités sociales des entreprises sur les employés actuels (Brammer, et al., 2007 ; Rupp et al., 2006). Ces études montrent que la RSE améliore les attitudes et les comportements des salariés vis-à-vis de l'organisation à divers degrés et nuances. En effet, l'influence de la RSE a été éprouvée sur l'engagement organisationnel (Ditlev-Simonsen, 2015), la satisfaction professionnelle (Valentine et Fleischman, 2008), l'attrait de l'organisation pour les chercheurs d'emploi (Greening et Turban, 2000), l'identification organisationnelle (Jones, 2010 ; Rodrigo et Arenas, 2008).

Les recherches sur la RSE et l'engagement organisationnel examinent le lien direct entre la RSE et l'engagement des salariés. Maignan et al., (1999) démontrent l'existence d'une relation significative entre la citoyenneté d'entreprise et l'engagement des salariés dans l'organisation. Selon eux, les salariés d'entreprises socialement proactives sont susceptibles de se sentir liés à leur employeur et de soutenir ses objectifs. Peterson (2004) va dans la même direction et examine la relation entre les perceptions de la citoyenneté d'entreprise et l'engagement organisationnel. Il indique que la mesure éthique de la citoyenneté d'entreprise est un prédicteur plus fort de l'engagement organisationnel. De même, Glavas et Piderit (2009) constatent qu'une augmentation de la citoyenneté d'entreprise entraînerait une augmentation des niveaux d'engagement. Pour eux, les employés qui perçoivent des niveaux plus élevés de citoyenneté d'entreprise signaleront des niveaux plus élevés d'engagement. La perception de la RSE par les salariés est donc liée à l'engagement organisationnel. Selon Igalens et Tahri (2012), une façon plus fiable de mesurer les activités sociales est de s'appuyer sur les points de vue des parties prenantes. Tahri (2014) met aussi l'accent sur le fait que les réactions des salariés, face à la RSE, dépendent de leur degré de perception des pratiques socialement responsables menées par leur entreprise. Aussi, Ditlev-Simonsen (2015) affirme que la perception de la RSE est un



prédicteur significatif de l'engagement affectif. Ainsi, la perception qu'ont les salariés de la conscience sociale de l'entreprise mènera à un engagement organisationnel. Les attitudes de travail des salariés sont par conséquent susceptibles d'être influencées par leur perception de la RSE (Rupp et al., 2006). C'est à raison que Brammer et al., (2007) et bien d'autres ont constaté que les entreprises se reflètent par les perceptions des employés de la RSE interne et externe. Ceci impacte leurs émotions et attitudes ultérieures. Aussi, pour Brammer et al., (2007) la RSE externe est positivement liée à l'engagement organisationnel, Turker (2009), leur emboîte le pas en affirmant que la RSE en faveur de la société, de l'environnement naturel, des générations futures, des organisations non gouvernementales et des clients, affecte positivement le niveau d'engagement organisationnel. Stites et Michael (2011) précisent, que les perceptions des employés des politiques sociales à la fois communautaires et environnementales sont positivement liées à l'engagement organisationnel affectif. Les salariés préfèrent donc travailler dans des entreprises qui présentent des comportements socialement responsables et dont les politiques externes leur dégagent une image positive.

Pour Brammer et al., (2007), la RSE externe offre un avantage indirect aux salariés du fait de son caractère discrétionnaire. Ainsi, Rego (2009) montre que les perceptions de la responsabilité discrétionnaire envers l'employé sont significativement liées à l'engagement affectif. Aussi, la responsabilité économique et la responsabilité discrétionnaire, qui ne sont pas directement liées aux salariés, affectent positivement leur engagement affectif.

Peterson (2004) ainsi que Brammer et al., (2007) mettent en exergue d'importantes variations selon le sexe. Alors que Peterson (2004) révèle que la mesure discrétionnaire est plus fortement associée à l'engagement organisationnel des salariés de sexe féminin, Brammer et al., (2007) insistent sur les préférences féminines pour un comportement discrétionnaire et un travail équitable.

Un autre point essentiel de la littérature fait référence aux mécanismes sous-jacents qui impactent la relation RSE perçue et engagement organisationnel. En effet, les chercheurs se sont attelés à trouver les variables intervenant dans la relation RSE perçue et engagement organisationnel. Ces variables telles que le volontariat (Jones, 2010), l'identification organisationnelle (Farooq et al., 2014), le support organisationnel perçue, l'authenticité (Glavas, 2016), la confiance (Farooq et al., 2014), la fierté organisationnelle (Jones, 2010), la justice organisationnelle (Rupp et al., 2006), ont été éprouvées et ont montré leurs différents effets dans la relation RSE perçue et engagement organisationnel.

En somme, toutes ces études suggèrent que la RSE renforce le désir des salariés de s'identifier à une entreprise socialement responsable en raison de son image prestigieuse et par conséquent leur volonté de rester engagé envers elle.

1.2. Explication de la relation RSE et engagement organisationnel par la théorie de l'échange social

La théorie de l'échange social traite des attitudes et des comportements sociaux résultant d'un processus d'échange (Blau, 1964). L'échange correspond à un comportement réciproque (Konovsky et Pugh, 1994). Les construits de l'échange social couvrent toutes les relations d'échange social que les salariés nourrissent avec leur organisation. Il s'agit, entre autres, du support organisationnel perçu et de l'engagement organisationnel (Tahri, 2014). En effet, Eisenberger et al., (1990) pensent que le support organisationnel perçu peut être une cause majeure de l'engagement organisationnel. En effet, Vandenberghe, (2012) affirme que les déterminants les plus pertinents de l'engagement organisationnel sont les caractéristiques au travail, les variables organisationnelles et les variables liés au supérieur hiérarchique. Dans cette étude, nous considérons essentiellement vers le soutien provenant de l'organisation à travers ses variables organisationnelles. Parmi ces variables, on peut notamment citer les politiques générales, les politiques de gestion des ressources humaines, les perceptions des salariés quant aux politiques, aux pratiques et procédures formelles et informelles (Vandenberghe, 2012). Ainsi, la perception des salariés des pratiques RSE pourrait impacter l'engagement organisationnel. Saks (2006) le confirme en disant que les salariés réagissent au soutien de leur organisation par leur niveau d'engagement appréhendé par Kahn (1990) comme l'obligation ressentie par les salariés conséquence du soutien de leur organisation et par Robinson et al., (1994) comme une relation à double sens entre l'employeur et l'employé. En conséquence, le soutien perçu leur donne l'impulsion nécessaire pour améliorer leur performance. Saks (2006) conclut donc que la théorie de l'échange social offre une justification théorique plus forte pour expliquer l'engagement des salariés dans l'entreprise.

La théorie de l'échange social montre opérationnellement que les actions de la RSE envoient des signaux aux salariés que leur entreprise s'occupe de leur bien-être, qu'elle est gentille et bienveillante et qu'elle est sensible à leur futur, afin que ces derniers ressentent l'obligation de récompenser les meilleures initiatives de leur entreprise avec des attitudes et des comportements positifs et créateurs de valeur (Cropanzano et Mitchell, 2005). De ce fait, si les programmes de RSE correspondent aux attentes des salariés, ceux-ci seront plus à même d'avoir des attitudes,

des comportements souhaitables et pourront faire germer un engagement plus important. On peut donc s'attendre à ce que les salariés perçoivent leurs entreprises comme responsables à travers des pratiques sociales comprenant la santé et la sécurité, la formation et l'éducation, l'équilibre entre la vie professionnelle et la diversité en milieu de travail et qu'ils la gratifient en retour avec un plus grand engagement. Blau (1964) avance même que les dons philanthropiques sont susceptibles d'influer sur la dynamique des échanges sociaux, non seulement avec les bénéficiaires de ces actions mais aussi avec le groupe du donateur. Une perception favorable de ces pratiques impacte positivement la perception du soutien organisationnel (Eisenberger et al., 2001) et permet de développer un sentiment d'obligation suivant la norme de réciprocité. Cette obligation morale va engendrer une rétroaction positive envers l'entreprise. Cette recherche veut donc explorer l'obligation morale du salarié, de rétrocéder, de répondre par une attitude d'engagement organisationnel face aux pratiques socialement responsables mises en place par l'entreprise.

1.3. Opérationnalisation des variables

La RSE perçue, dans cette recherche, est mesurée à travers la perception des salariés du comportement socialement responsable de l'entreprise. Quant à celle de l'engagement organisationnel l'échelle utilisée est celle qui correspondait le mieux à la définition de l'engagement organisationnel.

❖ Perception des salariés du comportement responsable de l'entreprise

Collier et Esteban (2007) soutiennent que l'engagement des salariés dans les politiques RSE est un phénomène complexe et à facettes multiples qui sera influencé tant par des facteurs contextuels de l'entreprise que par les perceptions des salariés. Il est évident que les salariés vont réagir à ce qu'ils perçoivent comme comportements responsables ou irresponsables de leur entreprise. Aussi, l'étude a opté pour l'échelle de Valentine et Fleischman (2008) qui s'adapte mieux à l'hypothèse que l'on veut tester ici et qui a déjà été utilisée en milieu organisationnel. Elle permet de mesurer le degré auquel une entreprise est perçue comme socialement responsable, d'un point de vue communautaire.

LE COMPORTEMENT RESPONSABLE DE L'ENTREPRISE PERCU PAR LES SALARIES

- Mon entreprise est socialement responsable
- Mon entreprise a investi d'énormes ressources dans différentes initiatives sociales
- Mon entreprise s'intéresse aux problèmes socialement responsables qui touchent la plus grande communauté
- Mon entreprise donne du temps, de l'argent et d'autres ressources à des causes socialement responsables
- Mon entreprise est vraiment engagée dans ses initiatives sociales

❖ Engagement organisationnel

Bien que la littérature fournisse quelques échelles utiles pour mesurer l'engagement organisationnel (Allen et Meyer, 1990 ; Mowday et al. 1979, 1982), dans la présente étude, il a été privilégié l'échelle qui correspondait le mieux à la définition de l'engagement organisationnel. En fait, les items de l'échelle de Meyer et Allen (1997) comprenant l'engagement affectif, mettent l'accent sur le concept d'appartenance, le sens personnel de « faire partie de la famille ». Les éléments de la mesure de l'engagement organisationnel de Mowday, et al. (1979) définissent non seulement le concept d'appartenance, mais aussi les concepts supplémentaires d'effort et de fierté. En outre, la mesure la plus couramment utilisée pour l'attachement affectif des salariés à l'organisation est le questionnaire d'engagement organisationnel (Cohen, 1996 ; Mowday et al, 1979). Ce questionnaire convient pour mesurer la composante affective et la composante de continuité de l'engagement organisationnel. Par conséquent, l'engagement organisationnel dans l'étude est mesuré à l'aide d'une version abrégée en neuf items du Questionnaire d'engagement organisationnel (OCQ) en 15 points (Mowday et al, 1979). La version abrégée de neuf éléments d'OCQ est développée par Mowday et al., (1979) et a une corrélation positive importante avec l'OCQ à 15 items (Turker, 2009 b). Les réponses sont obtenues sur une échelle de type Likert en cinq points allant de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord ». L'encadré suivant présente les éléments de l'échelle.

ENGAGEMENT ORGANISATIONNEL

- Je suis prêt à mettre beaucoup d'effort au-delà de ce qui est normalement attendu pour aider l'entreprise à réussir.
- Je parle de l'entreprise à mes amis comme une excellente entreprise pour y travailler.
- J'accepte presque tous les types d'affectation d'emploi afin de continuer à travailler pour cette entreprise.
- Je trouve que mes valeurs et les valeurs prônées par l'entreprise sont très similaires.
- Mon entreprise me pousse à donner le meilleur de moi.

- Je suis extrêmement heureux d'avoir choisi cette entreprise pour travailler par rapport à d'autres entreprises.
- Je me préoccupe vraiment du destin de l'entreprise.
- Pour moi, c'est la meilleure entreprise possible pour laquelle je puisse travailler.
- Je suis fier de dire aux autres que je fais partie de cette entreprise.

Ceci permet d'émettre l'hypothèse de cette étude à savoir :

H1 : la perception du comportement responsable de l'entreprise par les salariés influencerait significativement et positivement leur engagement organisationnel

❖ Informations complémentaires

Les informations complémentaires, appelées fiche signalétique de l'interviewer et relatives aux informations personnelles ont été élaboré avec des variables descriptives qui se rapportent aux caractéristiques sociodémographiques. Les informations sont listées dans l'encadré suivant :

INFORMATIONS PERSONNELLES

- Sexe: Masculin Féminin
- Age: 20-30 ans 31-40 ans 41-50 ans plus de 50 ans
- Expérience professionnelle : 0-5 ans 6-10 ans 11-15 ans 16-20 ans Plus de 20 ans
- Niveau d'études : Non scolarisé Primaire Secondaire Universitaire
- Position: Agent de maîtrise Employés Cadre Cadre supérieur
- Situation matrimoniale : Marié Célibataire

Après le choix des échelles de mesure vient la rédaction du questionnaire. A cette étape, toutes les échelles détaillées plus haut ont été regroupées pour former le questionnaire (cf. annexe). L'échelle de notation choisie est l'échelle de Likert à 5 points plus facile à comprendre et peu sensible au mode de collecte des données. Un pré-test du questionnaire a été réalisé.

2. Méthodologie de l'étude

La démarche quantitative se fait à l'aide de l'élaboration du questionnaire, d'un pré-test, de l'échantillonnage et de l'administration du questionnaire. Le questionnaire, outil essentiel dans le cadre de cette étude, est composé de questions à réponses fermées, élaborées à partir de la revue de la littérature. Le répondant doit donner son degré d'accord aux différentes affirmations sur une échelle à cinq points. Il devra faire une appréciation allant du "pas du tout d'accord" à "tout à fait d'accord" sur chaque question. Des scores sont affectés à chaque niveau : 1 : pas du tout d'accord, 2 : plutôt pas d'accord, 3 : Ne sais pas, 4 : D'accord, 5 : Tout à fait d'accord.

2.1. Pré test du questionnaire

Pour vérifier que le questionnaire d'enquête est accessible à tous les enquêtés, il a été soumis à l'appréciation des doctorants en sciences de gestion de l'université Félix Houphouët-Boigny, avant de faire l'objet d'un pré-test auprès de douze (12) salariés. A la suite, il a subi quelques reformulations pour permettre une meilleure compréhension et l'adapter surtout au contexte d'étude. Ainsi, les items qui sont « Je travaille pour une organisation socialement responsable qui dessert la plus grande communauté » et « Mon organisation donne du temps, de l'argent et d'autres ressources à des causes socialement responsables » ont été reformulés afin d'en faciliter la compréhension.

2.2. Echantillonnage

Notre échantillon a été sélectionné dans les grandes entreprises cotées à la BRVM, pratiquant la RSE et qui ont obligation de publier leurs politiques dans le rapport annuel. L'enquête considère aussi l'analyse des différents sites internet des sociétés cotées présentant des stratégies et activités RSE. Le questionnaire a été administré aux salariés dont les entreprises cotées étaient favorables à l'étude et qui ont bien voulu nous ouvrir leurs portes. De même, afin d'éviter un biais concernant l'échantillon, il a été choisi d'étudier des salariés différents en termes de classe d'âge, de niveau d'études, de catégorie socioprofessionnelle et d'expérience professionnelle.

2.3. Administration du questionnaire

Le questionnaire élaboré a été administré auprès des salariés des différentes entreprises ayant accordé un accès pour l'étude. L'étude de la validité des construits mesurés par ce type d'échelle suit le plus souvent un certain nombre d'étapes extraites de la démarche générale de construction d'échelles de mesure proposée par G. Churchill (1979) dans le domaine du marketing et connue sous le nom de « paradigme de Churchill ».

2.4. Les outils d'analyses de données

La démarche générale de validation comporte deux grandes phases : l'une, dite exploratoire et l'autre, dite confirmatoire. Notre étude a prévu d'utiliser les méthodes d'analyses factorielles lors de l'analyse exploratoire des échelles de mesure, puis des méthodes d'équations structurelles lors de l'analyse confirmatoire du test d'hypothèse. L'analyse factorielle sert à identifier les dimensions de la structure et à déterminer dans quelle mesure chaque variable peut expliquer chaque dimension. Les deux objectifs de l'analyse factorielle sont de résumer et de

réduire les données. L'analyse factorielle confirmatoire a pour objectif de tester l'ajustement d'une structure préalablement définie (par la littérature et / ou l'analyse exploratoire) aux données collectées. Ceci est réalisé à l'aide de la méthode des équations structurelles et s'appuie sur les indices d'ajustements retenus présenté dans le tableau qui suit :

Tableau 1 : Indices d'ajustements retenus

Indices absolus			Indices incrémentaux		Indices de parcimonie		
GFI	AGFI	RMSEA	NFI	CFI	χ^2/ddl	CAIC	PNFI
> 0,9	> 0,9	$\leq 0,08$	> 0,9	> 0,9	< 5	Le plus faible possible	Le plus faible possible

Source : Churchill, (1979)

3. Résultats et discussions

Les effets du comportement socialement responsable des entreprises sur l'engagement organisationnel des salariés sont mis en exergue à travers les résultats des traitements des logiciels SPSS et AMOS (3.1). Ces résultats sont ensuite discutés et aboutissent à des suggestions pour la mise en œuvre des politiques adaptées au rehaussement de l'engagement organisationnel (3.2).

3.1. Résultats de l'étude

3.1.1. Résultats descriptifs

Cette section présente un état des lieux de la perception du comportement responsable des entreprises et de l'engagement organisationnel des salariés en Côte d'Ivoire. Cet état permet d'appréhender les différents construits de façon contextuelle avant de les mettre en relation.

❖ Perception du comportement responsable de l'entreprise par les salariés.

La perception du comportement responsable de l'entreprise par les salariés se traduit par des sentiments d'identification et d'appartenance à l'organisation. En effet, les salariés, cherchent souvent à joindre et/ou à rester dans des organisations ayant une bonne réputation. Ils se définissent par rapport au monde extérieur en s'attribuant les qualités de leurs entreprises. Cela leur permet de développer et de maintenir leur estime personnelle ainsi que de montrer leur fierté d'appartenir à une organisation qui s'investit psychologiquement, physiquement, financièrement et matériellement dans des causes sociales. Ainsi, le constat en Côte d'Ivoire reste le même, et est présenté dans le tableau 2 qui suit car plus de 80% des répondants reconnaissent l'énorme investissement matériel de leurs entreprises dans les causes sociales.

Tableau 2 : Extrait relatifs à l'investissement matériel dans les causes sociales.

Mon entreprise a investi d'énormes ressources dans différentes initiatives sociales

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	60	28,0	28,0	28,0
D'accord	123	57,5	57,5	85,5
Valide Ne sait pas	25	11,7	11,7	97,2
Plutôt pas d'accord	6	2,8	2,8	100,0
Total	214	100,0	100,0	

Mon entreprise donne du temps, de l'argent et d'autres ressources à des causes socialement responsables

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	65	30,4	30,4	30,4
D'accord	114	53,3	53,3	83,6
Valide Ne sait pas	25	11,7	11,7	95,3
Plutôt pas d'accord	10	4,7	4,7	100,0
Total	214	100,0	100,0	

Source : Nos analyses sous SPSS 22

Dans cette perspective, nous avançons que ce comportement peut renforcer l'image, la réputation et le prestige de l'entreprise auprès de ses salariés. On constate dans le tableau 3 suivant, que plus des trois quarts des salariés, soit plus de 80% de notre échantillon, pointe du doigt l'intérêt grandissant de leurs entreprises pour les problèmes socialement responsables qui minent la société.

Tableau 3 : Extraits relatifs à l'investissement psychologique dans les causes sociales.

Mon entreprise s'intéresse aux problèmes socialement responsables qui touchent la plus grande communauté

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	47	22,0	22,0	22,0
D'accord	137	64,0	64,0	86,0
Valide Ne sait pas	21	9,8	9,8	95,8
Plutôt pas d'accord	6	2,8	2,8	98,6
Pas du tout d'accord	3	1,4	1,4	100,0
Total	214	100,0	100,0	

Mon entreprise est vraiment engagée dans des initiatives sociales

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide Tout à fait d'accord	59	27,6	27,6	27,6

D'accord	121	56,5	56,5	84,1
Ne sait pas	31	14,5	14,5	98,6
Pas du tout d'accord	3	1,4	1,4	100,0
Total	214	100,0	100,0	

Source : Nos analyses sous SPSS 22

Il a été démontré qu'un salarié s'identifiera plus à son organisation s'il la considère comme prestigieuse (Mael et Ashforth, 1992), puisque l'individu est toujours à la recherche d'une image personnelle positive. Ainsi, le salarié se montrera fier, développera son amour-propre et s'identifiera davantage. Aussi, la réputation d'une entreprise serait positivement impactée par l'engagement de celle-ci dans les causes sociales.

❖ Les grands traits de l'engagement des salariés en Côte d'Ivoire

L'engagement organisationnel est la force relative l'engagement d'un individu dans une organisation (Mowday et al, 1979). L'engagement est vu comme le comportement qui relie le salarié à l'organisation. Cet état dans lequel le salarié s'identifie à son organisation et à ses objectifs facilite son maintien et son adhésion. C'est en cela que Meyer et Allen (1991) affirment que les salariés dévoués à leur organisation présentent un profond désir de rester et de garder leur relation avec l'organisation. Cette tendance à s'identifier favorise l'appartenance à l'entreprise. Ainsi, dans le tableau 4 plus des trois quarts des salariés de notre corpus, soit 86,4%, considèrent leur entreprise comme la meilleure pour y travailler. Cependant, seulement 24,3% sont prêts à accepter tout type de poste d'affectation en son sein. Le degré d'appartenance peut favoriser l'engagement organisationnel des salariés.

Tableau 4 : Extraits relatifs au sentiment d'appartenance à l'entreprise

Je parle de l'entreprise à mes amis comme une excellente entreprise pour y travailler

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	34	15,9	15,9	15,9
D'accord	151	70,6	70,6	86,4
Ne sait pas	18	8,4	8,4	94,9
Plutôt pas d'accord	11	5,1	5,1	100,0
Total	214	100,0	100,0	

J'accepte presque tous les types d'affectation d'emploi afin de continuer à travailler pour cette entreprise

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	9	4,2	4,2	4,2
D'accord	43	20,1	20,1	24,3
Ne sait pas	46	21,5	21,5	45,8
Plutôt pas d'accord	65	30,4	30,4	76,2
Pas du tout d'accord	51	23,8	23,8	100,0
Total	214	100,0	100,0	

Source : Nos analyses sous SPSS 22

L'engagement est considéré comme un moyen de faciliter l'utilisation du capital humain. Il permet aux salariés de s'investir réellement dans les activités de l'entreprise. Aussi, l'engagement permet aux salariés de se donner physiquement et psychologiquement dans les activités de l'organisation. En effet, les salariés dévoués à leur organisation expriment une volonté d'apporter une contribution importante aux organisations (Meyer et Allen, 1991). Aussi, être absorbé complètement dans le travail et chercher à être le meilleur pour leur organisation peut représenter un degré d'engagement important envers l'entreprise. En Côte d'Ivoire, plus des trois quarts, soit 83.2%, des répondants affirment que leurs organisations les incitent à repousser leurs limites et à donner le meilleur d'eux-mêmes.

Tableau 5 : Extrait relatifs à l'attachement psychologique des salariés à leurs entreprises

Mon entreprise me pousse à donner le meilleur de moi

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	20	9,3	9,3	9,3
D'accord	158	73,8	73,8	83,2
Ne sait pas	29	13,6	13,6	96,7
Plutôt pas d'accord	7	3,3	3,3	100,0
Total	214	100,0	100,0	

Je me préoccupe vraiment du destin de l'entreprise

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	40	18,7	18,7	18,7
D'accord	161	75,2	75,2	93,9
Ne sait pas	12	5,6	5,6	99,5
Plutôt pas d'accord	1	,5	,5	100,0
Total	214	100,0	100,0	

Source : Nos analyses sous SPSS 22

L'engagement organisationnel est conceptualisé comme la mesure dans laquelle un individu s'identifie et s'implique dans l'organisation (Steers, 1977). Ceci se caractérise par une volonté d'exercer des efforts considérables au nom et au profit de l'organisation. Ce don de soi, matérialisé par une immersion apparente dans les politiques et activités de l'organisation, favorise l'attachement moral et affectif. C'est ce que la majorité des répondants, à 93.9%, expriment en disant se préoccuper de l'avenir de leurs organisations.

En outre, ce sentiment d'appartenance et cet attachement psychologique traduisent leur sérénité vis-à-vis du choix de leur entreprise et révèlent leur état d'esprit, celui de faire partie de ses membres. Ainsi, l'image que le salarié se forge de son entreprise rehausse son identification organisationnelle. Ceci se matérialise dans nos constats, par la satisfaction personnelle de plus des trois quarts des salariés du choix de leurs entreprises. Cette satisfaction personnelle amène 54.7%, des répondants à croire que leur entreprise est la meilleure sur le marché.

Tableau 6 : Extrait relatif à l'image perçue de l'entreprise par les salariés

Je suis extrêmement heureux d'avoir choisi cette entreprise pour travailler par rapport à d'autres entreprises

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	28	13,1	13,1
	D'accord	138	64,5	77,6
	Ne sait pas	39	18,2	95,8
	Plutôt pas d'accord	9	4,2	100,0
	Total	214	100,0	100,0

Pour moi c'est la meilleure entreprise pour laquelle je puisse travailler

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Tout à fait d'accord	15	7,0	7,0
	D'accord	102	47,7	54,7
	Ne sait pas	74	34,6	89,3
	Plutôt pas d'accord	23	10,7	100,0
	Total	214	100,0	100,0

Source : Nos analyses sous SPSS 22

Les salariés qui sont dévoués à leur organisation croient fermement aux objectifs et aux valeurs de celle-ci. En effet, l'engagement organisationnel se caractérise par une forte croyance et acceptation aux objectifs et valeurs de l'organisation. Caractérisés par ce sentiment d'affection envers l'entreprise, les salariés ont la volonté de se donner pleinement pour contribuer au bien-être de l'organisation. Ainsi, lorsque l'individu s'identifie à l'entreprise, il prend conscience des ressemblances qu'il a avec l'entreprise. Aussi, se reconnaître dans les valeurs de l'entreprise, rehausse le sentiment de fierté envers elle. C'est en cela que 65% des répondants se reconnaissent dans les valeurs de leurs entreprises et que plus des deux quarts, soit 73,4%, expriment leur fierté d'appartenir aux effectifs de leurs entreprises.

Tableau 7 : Extraits relatifs à l'identification aux valeurs de l'entreprise et au sentiment de fierté des salariés.

Je trouve que mes valeurs et les valeurs prônées par l'entreprise sont très similaires.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	9	4,2	4,2	4,2
D'accord	130	60,7	60,7	65,0
Ne sait pas	68	31,8	31,8	96,7
Plutôt pas d'accord	7	3,3	3,3	100,0
Total	214	100,0	100,0	

je suis fier de dire aux autres que je fais partie de cette entreprise.

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Tout à fait d'accord	30	14,0	14,0	14,0
D'accord	127	59,3	59,3	73,4
Ne sait pas	41	19,2	19,2	92,5
Plutôt pas d'accord	16	7,5	7,5	100,0
Total	214	100,0	100,0	

Source : Nos analyses sous SPSS 22

Après avoir appréhendé l'engagement organisationnel des salariés dans le contexte ivoirien, nous passons à la vérification du test d'hypothèse.

3.1.2. Les résultats du test d'hypothèse par la méthode des équations structurelles

Le test par équations structurelles permet d'obtenir les résultats donnés par le tableau suivant :

Tableau 8 : Résultats de l'hypothèse relative au lien comportement responsable de l'entreprise et engagement organisationnel

		Var. dépendante : ENG_ORG		
Hypothèses	Variables explicatives	<i>T</i>	<i>P</i>	<i>B</i>
H1	RSEPE	3,163	,002	,282
R²		,366 = 36,60%		

Source : Nos analyses sous AMOS 23

Le comportement responsable de l'entreprise perçue par les salariés impacte leur engagement envers l'organisation au regard des coefficients *t* de Student et de la significativité *p* de la relation. En effet, l'engagement organisationnel est significativement influencé par « **le comportement responsable de l'entreprise telle que perçue par les salariés** » (RSEPE). Le coefficient *t* de Student est supérieure à 1,96 et la probabilité *p* représentant la significativité est inférieure à 5%. **On déduit que l'hypothèse H1 est confirmée. Le facteur ci-dessus expliquent en somme 36,6% des variations de l'engagement organisationnel.** Toutefois, le salarié semble être soucieux des aspects positifs dont peut bénéficier une entreprise pratiquant de manière objective la RSE. Cela transiterait par la prise en compte de l'ensemble des parties prenantes, de l'importance et surtout de l'engagement que l'entreprise accorderait à la RSE **au titre de l'environnement naturel, des générations futures et des obligations envers l'Etat.** On peut donc comprendre que la perception du salarié que l'entreprise essaie de se conformer à la RSE influence son engagement.

Tableau 9 : Résultats de l'hypothèse sur l'influence de la RSE perçues sur l'engagement organisationnel des salariés

CODES	INTITULE DE L'HYPOTHESE	RESULTATS
H1	la perception du comportement responsable de l'entreprise par les salariés influence significativement et positivement leur engagement organisationnel	Confirmée

Source : Elaboré par l'auteur

3.2. Discussions des résultats

La littérature, articulant le comportement responsable de l'entreprise à l'engagement organisationnel des salariés, renvoie à un impact positif et significatif de l'un sur l'autre. L'étude de Brammer, et al., (2007) permet d'expliquer plus finement ce résultat car ils



confirment que les démarches socialement responsables orientées vers l'extérieur de l'entreprise et perçues par les salariés affectent positivement leur engagement organisationnel. Kim et al., (2010) affirment en disant que de nombreuses entreprises se rendent compte qu'une image d'entreprise socialement responsable est un atout stratégique précieux. C'est bien le cas de notre étude dans laquelle la perception du comportement socialement responsable de l'entreprise a une influence significative et positive sur l'engagement organisationnel des salariés. Cet impact positif peut s'expliquer de deux manières. D'abord, la façon dont l'entreprise traite ses parties prenantes externes renvoie aux salariés un signal sur la façon dont elle pourrait se comporter avec ses parties prenantes internes (Rupp, 2011). C'est dire que les pratiques « RSE toutes initiées par l'entreprise à destination de ses parties prenantes externes (communauté au sens large) sont liées à la perception du comportement responsable de l'entreprise par les salariés (Aguilera et al., 2007 ; De Roeck et al., 2014). Ensuite, ces pratiques qui portent sur des préoccupations qui transcendent les frontières de l'entreprise et les objectifs strictement économiques, réaffirme le comportement responsable de l'entreprise qui permet de redorer sa réputation (Igalens, 2012) et d'augmenter la fierté des salariés. Par conséquent, ces derniers développent un sentiment d'estime de soi en s'identifiant à celle-ci (El Akremi et al, 2015). Dans une perspective morale, les salariés ressentent souvent l'obligation morale d'agir justement et de traiter avec dignité les acteurs de leur environnement (Cropanzano, et al., 2001). Paillé (2006) suggère qu'un salarié aurait tendance à manifester des comportements négatifs au travail (sabotage, démotivation...) s'il perçoit que son entreprise agit d'une manière socialement irresponsable (détérioration de l'environnement, abus sur populations vulnérables). Inversement, une société qui agit de manière responsable recevra le soutien de ses salariés à travers une meilleure productivité, une bonne implication au travail et un niveau d'engagement organisationnel élevé. De telles pratiques sont perçues par les salariés comme une forme de respect et améliorent leur satisfaction au travail (Closon, 2010), leur identification à l'entreprise (De Roeck et al., 2014) et diffusent auprès d'eux l'image d'un « dirigeant bienveillant », qui s'intéresse à leur bien-être. Cette relation peut être expliquée par le principe de réciprocité de Gouldner (1960) qui suggère qu'un individu considère qu'il a l'obligation morale d'aider ceux qui l'ont aidé, ou pour le moins, d'éviter de leur nuire. Ainsi, les éléments développés dans cette revue de littérature permettent de constater que la RSE diffuse, auprès des salariés et à l'attention de l'extérieur, l'image d'une entreprise juste, qui agit dans le sens de ses intérêts économiques et de l'intérêt de la communauté. Enfin, il a été mis en évidence que les principes

de la RSE sont en phase avec les valeurs morales et éthiques des salariés. En effet, la théorie de l'échange social est mobilisée dans les travaux sur le comportement organisationnel des salariés, pour expliquer les impacts positifs de la RSE sur l'engagement des salariés. Il faut aussi noter que les expériences de travail des salariés jouent un rôle essentiel dans la création de l'estime de soi. Leur sens du « soi » et leur compréhension de leur propre identité seront alors grandement liés à leurs perceptions de l'organisation. Les salariés, qui s'identifient fortement à l'organisation utiliseront les attributs organisationnels pour définir une partie de leur propre identité et façonner leur autodéfinition, en termes de continuité de soi, d'auto-distinctivité et d'auto-amélioration (Dutton et al., 1994).

Conclusion

La responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) a été au fil du temps et des écrits, ainsi que dans des environnements contextuels aussi différents les uns des autres, une matière qui a dépassé le cadre de l'optionnel. Aussi, les entreprises, les chercheurs et la communauté reconnaissent l'apport prépondérant de la RSE dans la construction du monde meilleur auquel l'on souhaite aboutir. Au terme de cette étude, la principale conclusion qui se dégage révèle que la RSE influence significativement et positivement l'engagement organisationnel. En effet, le comportement socialement responsable de l'entreprise perçu par les salariés est lié significativement et positivement à l'engagement organisationnel. La RSE est une question d'importance stratégique en raison de son impact positif potentiel sur la performance financière de l'entreprise et son avantage concurrentiel à long terme (Du et al, 2014). Aussi, cette recherche fait progresser notre compréhension dans la demande sur la RSE organisationnelle et des mécanismes sous-jacents reliant la RSE aux résultats positifs liés aux salariés. Elle nous permet aussi d'appréhender la manière dont la RSE cultive le capital humain et contribue à la performance organisationnelle. De plus, elle jette un nouvel éclairage sur les composantes de l'engagement des salariés et sur l'efficacité organisationnelle. Cependant, malgré l'apport de cet article dans la relation, RSE et engagement organisationnel, il présente des limites qu'il convient de spécifier. Dans l'étude, la RSE a été mesurée sur la base de la perception des salariés qui pourraient ne pas être bien informés de la participation de leur entreprise à la RSE. Par conséquent, il est possible qu'il puisse y avoir une différence entre les perceptions des répondants et le niveau réel d'implication de l'entreprise. Cependant, comme dans les études antérieures (Igalens et Tahri, 2012 ; Peterson, 2004), l'engagement organisationnel est également déterminé par les perceptions des salariés. Les limites de cette recherche sont aussi

liées à la nature de notre démarche méthodologique. Il s'agit de la subjectivité du chercheur dans l'interprétation des données. Cette subjectivité entraîne que les résultats de ce travail ne peuvent en aucun cas faire l'objet d'une généralisation ; la recherche se fondant sur 214 salariés, issus de grandes entreprises en Côte d'Ivoire, conduit à une généralisation relative des résultats. L'élargissement à d'autres secteurs d'entreprises peut permettre de cerner des similitudes et des différences qui vont enrichir la compréhension à notre questionnement. Aussi, l'on pourrait reprendre cette étude avec un échantillon plus large afin de tester les résultats issus de cette étude. Les résultats de l'étude peuvent également servir de base de recherches futures en examinant l'influence de la culture dans les perceptions de la RSE. Il serait aussi intéressant de mener une étude « longitudinale » qui explique la perception de la RSE par les salariés. En outre, des recherches nous permettant d'appréhender et de comprendre la perception des salariés des pratiques RSE à leur endroit et l'influence de celle-ci sur leurs engagements seraient un pas relativement intéressant vers la compréhension de la RSE en contexte africain.

ANNEXE

Questionnaire de l'étude : Enquête sur la perception de la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) et l'engagement des salariés.

Cher(e) monsieur/madame

Vous êtes invité(e) à participer à un projet de recherche sur le comportement responsable des entreprises et l'engagement des salariés au travail. Le questionnaire vous prendra moins de 10 minutes. La participation à cette recherche est volontaire. Les données issues de cette étude seront uniquement utilisées dans le but de recherches universitaires. Si vous avez des questions concernant votre participation, veuillez me contacter à l'adresse mail danielledomoa@gmail.com. Merci pour votre participation. Donnez votre degré d'accord quant aux affirmations suivantes : (*cochez votre réponse sur une échelle de 1 à 5 sur la case de votre choix*)



RSEPE	COMPORTEMENT RESPONSABLE DE L'ENTREPRISE PERÇUE PAR LES SALARIES (Echelle de Valentine et Fleischman, 2008)	1	2	3	4	5
<i>RSEPE1</i>	Mon entreprise est socialement responsable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>RSEPE2</i>	Mon entreprise a investi d'énormes ressources dans différentes initiatives sociales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>RSEPE3</i>	Mon entreprise s'intéresse aux problèmes socialement responsables qui touchent la plus grande communauté.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>RSEPE4</i>	Mon entreprise donne du temps, de l'argent et d'autres ressources à des causes socialement responsables.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>RSEPE5</i>	Mon entreprise est vraiment engagée dans ses initiatives sociales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ENG	ENGAGEMENT ORGANISATIONNEL (Echelle de Mowday, Steers, et Porter, 1979)	1	2	3	4	5
<i>ENG1</i>	Je suis prêt à mettre beaucoup d'effort au-delà de ce qui est normalement attendu pour aider l'entreprise à réussir;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>ENG2</i>	Je parle de l'entreprise à mes amis comme une excellente entreprise pour y travailler;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>ENG3</i>	J'accepte presque tous les types d'affectation d'emploi afin de continuer à travailler pour cette entreprise;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>ENG4</i>	Je trouve que mes valeurs et les valeurs prônées par l'entreprise sont très similaires;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>ENG5</i>	Mon entreprise me pousse à donner le meilleur de moi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>ENG6</i>	Je suis extrêmement heureux d'avoir choisi cette entreprise pour travailler par rapport à d'autres entreprises;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>ENG7</i>	Je me préoccupe vraiment du destin de l'entreprise;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>ENG8</i>	Pour moi c'est la meilleure entreprise possible pour laquelle je puisse travailler;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>ENG9</i>	Je suis fier de dire aux autres que je fais partie de cette entreprise.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

INFORMATIONS PERSONNELLES

Sexe : Masculin Féminin

Age : 20-30 ans 31-40 ans 41-50 ans plus de 50 ans

Expérience professionnelle : 0-5 ans 6-10 ans 11-15 ans 16-20 ans

Plus de 20 ans

Niveau d'études : Non scolarisé Primaire Secondaire Universitaire

Position : Agent de maîtrise Employé Cadre Cadre supérieur

Situation matrimoniale : Marié Célibataire

BIBLIOGRAPHIE

- Aguilera, R. V., Rupp, D. E., Williams, C. A., & Ganapathi, J. (2007). Putting the s back in corporate social responsibility: a multilevel theorie of social change in organizations. *Academy of Management Review*, 32(3), 836-863.
- Aguinis, H., & Glavas, A. (2012, July). What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932- 968.
- Albdour, A. A., & Altarawneh, I. I. (2012). Corporate social responsibility and employee engagement in jordan. *International Journal of Business and Management*, 89-105.
- Albinger, H. S., & Freeman, S. J. (2000). Corporate social performance and attractiveness as an employer to different job seeking populations. *Journal of Business Ethics*, 28, 243-253.
- Ali, I., Rehman, K. U., Ali, S. I., Yousaf, J., & Zia, M. (2010, October 4). Corporate social responsibility influences employee commitment and organizational performance. *African Journal Of Business Management*, 2796-2801.
- Brammer, S., Millington , A., & Rayton, B. (2007). The contribution of corporate social responsibility to organizational commitment. *The International Journal of Human Resource Management*, 18(10), 1707-1719.
- Campbell, J. L. (2006). Institutional analysis and the paradox of corporate social responsibility. *American Behavioral Scientist*, 49(7), 925-938.
- Carroll, A., & Shabana, K. (2010). the business case for corporate social responsibility : A review of concept, research and practice. *12(1)*, 85-105.
- Churchill , G. A. (1979). A paradigm for developping better measures of marketing constructs . *Journal of marketing research*, 64-73.
- Cohen, A. (1996). On the discriminant validity of the meyer and allen measure of organizationnal commitment:How does it with the work commitment construct. *Educational and psychological measurement*, 56(3), 494-503.
- Collier, J., & Esteban, R. (2007, January). Corporate social responsibility and employee commitment. *Business Ethics: A European Review*, 16(1), 19-33.
- De Roeck, K., Marique, G., Stringlhamber, F., & Swaen, V. (2014). Understanding employees' responses to corporate social responsibility: mediating roles of overall justice and organisational identification. *The International Journal of Human Resource*, 25(1), 91-112.
- Ditlev-Simonsen, C. D. (2015). The relationship between norwegian and swedish employees' perception of corporate social responsibility and affective commitment. *Business & Society*, 54(2), 229-253.



- Du, S., Bhattacharya, B., & Sen, S. (2014). Corporate social responsibility, multi-faceted job products, and employee outcomes. *Journal of Business Ethics*, 1-17.
- Echaine, M., & Smouni, R. (2022). Quelles pratiques RSE des PME marocaines : une analyse des forces centripètes et centrifuges. *Revue Internationale du Chercheur*, 3(2), 719-733.
- El Harrane, M. (2022). Les entreprises labélisées RSE / CGEM face à la crise de la Covid 19. *Revue Française d'Economie et de Gestion*, 125-138.
- Farooq, O., Payaud, M., Merunka, D., & Vallette-Florence, P. (2014, December). The Impact of Corporate Social Responsibility on Organizational Commitment: Exploring Multiple Mediation Mechanisms. *Journal Of Business Ethics*, 124(4), 563-580.
- Glavas, A. (2016). Corporate social responsibility and employee engagement: enabling employees to employ more of their whole selves at work. *Frontiers In Psychology*, 7(796).
- Gnanzou, D., & Fosso Wamba, S. (2014). Operationnalisation de la RSE dans les entreprises en afrique : retour d'experiences à travers une etude comparative de deux entreprises industrielles ivoiriennes. *RSE Martinique*.
- Gond, J.-p., & Mercier, S. (2003). Les theories des parties prenantes: une synthese critique de la litterature.
- Greening, D. W., & Turban, D. B. (2000). Corporate social performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce. *Business & Society*, 39(3), 254-280.
- Houkou, E. C. (2016). La perception de la RSE dans les entreprises de télécommunication privées au Bénin. *Revue Internationale de gestion et d'Economie*, 1(1), 25-48.
- Igalens, J., & Tahri, N. (2012). Perception de la RSE par les salariés : construction et validation d'une echelle de mesure. *Revue de Gestion des Ressources Humaines*, 1(83), 3-19.
- Jones, D. (2010). Does serving the community also serve the company? Using organizational identification and social exchange theories to understand employee responses to a volunteerism programme. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83, 857-878.
- Maignan, I., Ferrell, O. C., & Hult, T. G. (1999). Corporate citizenship: cultural antecedents and business benefits. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(4), 455-469.
- M'Bouna, M. N. (2016). Réactivité et proactivité: les formes de l'engagement RSE dans les entreprises Gabonaises. *Sciences Economiques et Gestion CAMES*, 1(2).
- Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. w. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14, 224-247.

- Paillé, P. (2006). les relations entre l'implication au travail et les comportements de citoyenneté organisationnelle et l'intention de retrait. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée*, 56, 139-149.
- Pasquero, J. (2005). La responsabilité sociale de l'entreprise comme objet des sciences de gestion un regard historique. *Presses de l'Université du Québec*, 80-111.
- Pesqueux, Y. (2017). *Robert E. Freeman et la théorie des parties prenantes en question*. France: HAL.
- Peterson, D. (2004, septembre). The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment. *Business & Society*, 43(3), 296-319.
- Rettab, B., Brik, A. B., & Mellahi, K. (2008). A study of management perceptions of the impact of corporate social responsibility on organizational performance in emerging economies: the case of Dubai. *Journal of Business Ethics*, 89, 371-390.
- Rodrigo, P., & Arenas, D. (2008). Do employees care about CSR programs? A typology of employees according to their attitudes. *Journal of Business Ethics*, 83, 265-283.
- Rupp, D. E., Ganapathi, J., Aguilera, R. V., & Williams, C. A. (2006). Employee reactions to corporate social responsibility: an organizational justice framework. *Journal of Organizational Behaviour*, 27, 537-543.
- Saks, A. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600-619.
- Turker, D. (2009 b). How corporate social responsibility influences organizational commitment. *Journal of Business Ethics*, 89, 189-204.
- Turker, D. (2009). Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 411-427.
- Tziner, A., Bar, Y., Oren, L., & Kadosh, G. (2011). Corporate social responsibility, organizational justice and job satisfaction : how do they interrelate, if at all? *Journal of work and organizational psychology*, 27(1), 67-72.
- Valentine, S., & Fleischman, G. (2008). Ethics programme, perceived corporate social responsibility and job satisfaction. *Journal Of Business Ethics*, 77, 159-172.