

Impact de la perception de la micro-RSE sur l'engagement de continuité des collaborateurs : effets médiateur et modérateur du prestige externe perçu et de la croyance en l'importance de la RSE

Impact of micro-CSR perception on employees' continuance commitment: mediating and moderating effects of perceived external prestige and belief in the importance of CSR

Hanane ELLIOUA

Enseignant chercheur

ENSA-BERRECHID

Université Hassan I-Settat

Laboratoire d'Analyse et Modélisation des Systèmes d'Aide à la Décision (LAMSAD)
MAROC

Hind BENNANI

Doctorant

ENSA-BERRECHID

Université Hassan I-Settat

Laboratoire d'Analyse et Modélisation des Systèmes d'Aide à la Décision (LAMSAD)
MAROC

Date de soumission : 22/09/2024

Date d'acceptation : 03/11/2024

Pour citer cet article :

ELLILOUA. H & BENNANI. H (2024) « Impact de la perception de la micro-RSE sur l'engagement de continuité des collaborateurs : effets médiateur et modérateur du prestige externe perçu et de la croyance en l'importance de la RSE », Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 7 : Numéro 4 » pp : 90 - 108

Digital Object Identifier : www.doi.org/10.5281/zenodo.14618757

Résumé

Cette étude examine l'impact de la perception de la micro-RSE sur l'engagement organisationnel de continuité des collaborateurs dans le secteur de l'industrie automobile marocain. Elle s'appuie sur un échantillon de 107 professionnels, principalement des cadres issus du secteur de l'industrie automobile des villes de Tanger et Kénitra. Un modèle intégrant deux mécanismes clés a été testé : l'effet médiateur du prestige externe perçu (PEP) et l'effet modérateur de la croyance en l'importance de la RSE (IRSE). Les résultats, interprétés à travers les théories des parties prenantes et de l'identification sociale, révèlent que la perception des pratiques de micro-RSE influence positivement l'engagement organisationnel de continuité de manière indirecte, via le PEP. De plus, l'IRSE amplifie cette relation, soulignant le rôle de la sensibilité individuelle aux valeurs de responsabilité sociale.

Mots clés : micro-RSE, Engagement Organisationnel de Continuité, Prestige Externe Perçu, Croyance en l'importance de la RSE, théorie des PP, théorie de l'identification sociale.

Abstract

This study examines the impact of the perception of micro-CSR on employees' organizational continuance commitment in the Moroccan automotive sector. It is based on a sample of 107 professionals, primarily managers from the automotive industry in the cities of Tangier and Kenitra. A model incorporating two key mechanisms was tested: the mediating effect of Perceived External Prestige (PEP) and the moderating effect of the Importance of CSR Belief (IRSE). The results, interpreted through the lenses of Stakeholder Theory and Social Identification Theory, reveal that the perception of micro-CSR practices positively influences organizational continuance commitment indirectly via PEP. Furthermore, IRSE enhances this relationship, emphasizing the role of individual sensitivity to social responsibility values.

Keywords : Micro-CSR, Organizational Continuance Commitment, Perceived External Prestige, Importance of CSR Belief, Stakeholder Theory, Social Identification Theory.

Introduction

Depuis plusieurs décennies, la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) s'impose comme un levier stratégique incontournable au sein des organisations. Initialement centrées sur des analyses macroéconomiques et sociétales, les recherches en RSE ont d'abord exploré ses implications institutionnelles et organisationnelles, notamment sur la performance financière, la réputation, les impacts environnementaux et le comportement des consommateurs (Orlitzky et al., 2003 ; Carroll & Shabana, 2010). Progressivement, l'attention s'est tournée vers les effets microéconomiques de la RSE, mettant en lumière son influence sur les attitudes et comportements des collaborateurs (Aguinis & Glavas, 2012).

Dans ce cadre, la micro-RSE, définie comme l'ensemble des initiatives responsables perçues par les collaborateurs au sein de leur organisation, émerge comme un cadre d'analyse privilégié pour examiner les perceptions individuelles et leurs effets sur des variables organisationnelles clés. Ces dynamiques revêtent une importance particulière dans un contexte où la RSE constitue non seulement un facteur de différenciation concurrentielle mais également un levier de création de valeur partagée (Porter & Kramer, 2006). En effet, la manière dont les collaborateurs perçoivent les actions de RSE de leur entreprise impacte directement leurs attitudes et comportements, notamment leur engagement organisationnel (Glavas, 2016 ; Rupp & Mallory, 2015).

Le secteur de l'industrie automobile marocain, pilier stratégique de l'économie nationale, illustre bien ces enjeux. En pleine expansion, il est confronté à des exigences accrues en matière de durabilité et d'innovation, tout en intégrant les normes internationales en responsabilité sociale. Ce secteur compétitif offre un terrain propice pour étudier comment les initiatives de micro-RSE influencent les collaborateurs dans leur engagement envers l'organisation, en particulier dans un contexte où les pratiques responsables constituent un levier majeur pour attirer et fidéliser les talents.

L'engagement organisationnel, concept central dans les recherches portant sur les relations employé-organisation (Meyer & Allen, 1991 ; Ko et al., 1997), constitue un terrain fertile pour explorer les effets internes de la RSE (Peterson, 2004 ; El Akremi et al., 2015). Toutefois, la majorité des études se sont focalisées sur l'engagement affectif, en raison de son association avec des comportements organisationnels positifs tels que la performance, la satisfaction au travail et l'intention réduite de quitter l'entreprise (Meyer & Allen, 1991 ; El Akremi et al., 2015 ; Yassin et Beckmann, 2024). Cette orientation dominante, bien qu'enrichissante, limite

la compréhension globale des impacts de la RSE, notamment sur les dimensions plus rationnelles de l'engagement.

En nous appuyant sur les travaux d'Allen et Meyer (1990), nous proposons que les initiatives de micro-RSE, par leur ancrage dans le quotidien professionnel des collaborateurs, peuvent également influencer l'engagement de continuité (appelé également engagement calculé). Cette forme d'engagement repose sur une évaluation rationnelle des bénéfices tangibles et intangibles associés à l'organisation. L'exploration de cette dimension permettrait ainsi de mieux comprendre les mécanismes par lesquels la micro-RSE impacte les décisions des collaborateurs de rester au sein de leur organisation (Rupp et al., 2018).

Cette étude vise à analyser l'impact spécifique de la perception de la micro-RSE sur l'engagement calculé des collaborateurs. Ainsi, cette recherche s'interroge : dans quelle mesure la perception de la micro-RSE influence-t-elle l'engagement de continuité des collaborateurs ? Nous proposons que l'impact de la perception de la micro-RSE sur l'engagement de continuité est opérée grâce aux effets modérateurs et médiateurs de deux facteurs : le prestige externe perçu (PEP) et la croyance en l'importance de la RSE (IRSE) (Figure n°1). Le PEP, en tant que perception de la réputation de l'organisation, joue un rôle dans l'identification organisationnelle des collaborateurs et, par extension, leur engagement (Ashforth & Mael, 1989 ; De Roeck & Delobbe, 2012). L'IRSE, pour sa part, influence la manière dont les collaborateurs interprètent les initiatives responsables de leur entreprise (De Roeck & Maon, 2018).

En adoptant cette perspective, notre travail cherche à dépasser une simple description des réactions individuelles aux initiatives de RSE (Bouraoui, 2019). Il vise à clarifier les processus psychologiques et organisationnels par lesquels la micro-RSE, modulée par le PEP et l'IRSE, façonne l'engagement de continuité des collaborateurs. Par cette contribution, l'étude enrichit la compréhension des impacts organisationnels de la RSE tout en proposant des pistes opérationnelles pour optimiser les pratiques responsables dans un secteur aussi stratégique que l'industrie automobile.

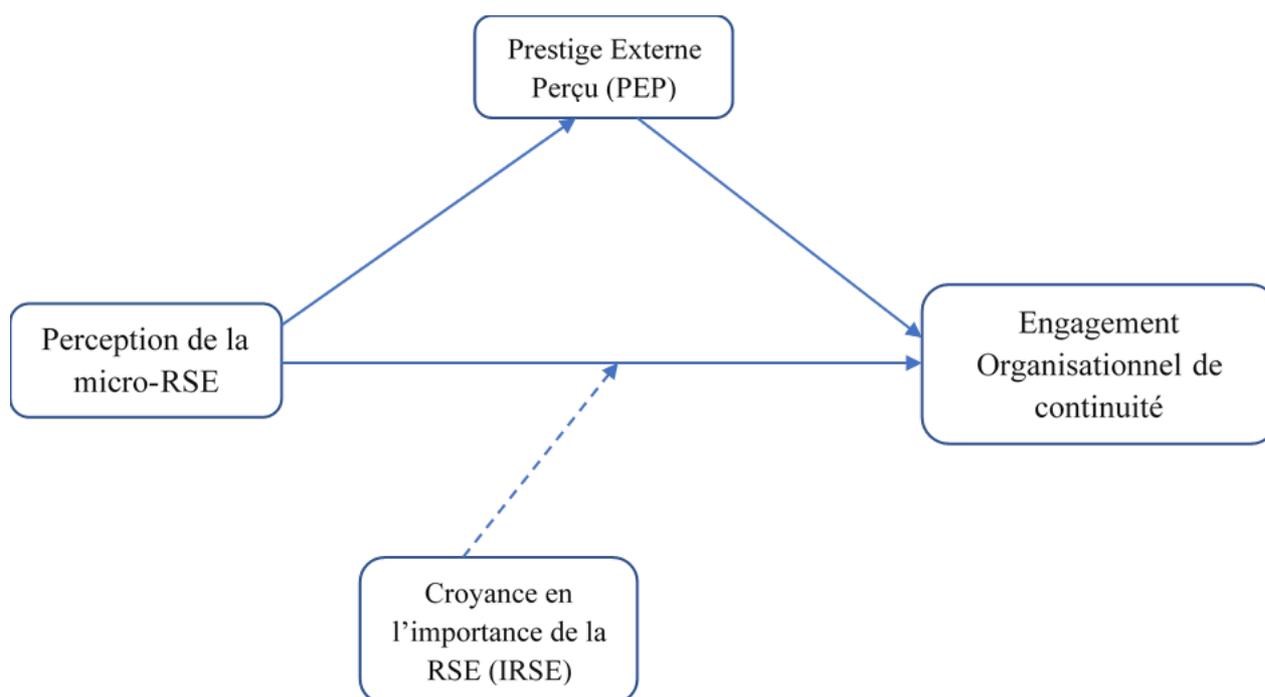


Figure 1 : modèle des effets médiateurs et modérateurs du PEP et de l'IRSE dans l'influence de la micro RSE sur l'engagement Organisationnel de continuité

1. CADRE THEORIQUE ET HYPOTHESES DE RECHERCHE

1.1. Perception de la micro-RSE et Engagement Calculé

La micro-RSE désigne les initiatives responsables perçues à l'échelle individuelle par les collaborateurs au sein de leur organisation (Aguinis & Glavas, 2012). Contrairement aux approches macro, centrées sur l'impact sociétal ou environnemental global, la micro-RSE se concentre sur les perceptions et expériences des collaborateurs vis-à-vis des pratiques responsables de leur entreprise. Ces perceptions influencent directement leurs attitudes, comportements et leur engagement envers l'organisation (Jones, 2010 ; Bouraoui, 2019).

Selon Yassin et Beckmann (2024), les initiatives de micro-RSE favorisent un climat organisationnel basé sur la confiance, la réciprocité et le respect mutuel, des éléments essentiels pour soutenir un engagement organisationnel durable. Meyer et Allen (1991) dans leur modèle tridimensionnel de l'engagement, distinguent entre l'engagement affectif, qui reflète un attachement émotionnel à l'organisation, l'engagement normatif, basé sur un sentiment d'obligation morale envers l'organisation et l'engagement de continuité, qui repose sur une évaluation rationnelle des coûts et bénéfices associés au maintien dans l'organisation. Dans ce contexte, la micro-RSE est perçue comme un levier crucial pour influencer positivement ces

trois dimensions (Peterson, 2004 ; El Akremi et al., 2015 ; Bouraoui, 2019 ; Yassin et Beckmann, 2024).

La théorie des parties prenantes (Freeman, 1984) offre un cadre essentiel pour comprendre la relation entre la micro-RSE et les attitudes et comportements des collaborateurs, notamment leur engagement. Elle postule que ceux-ci, en tant que parties prenantes internes, ne se contentent pas de recevoir passivement les initiatives de RSE, mais participent activement à leur interprétation et à leur mise en œuvre (Aguinis & Glavas, 2012). Les perceptions positives des actions de RSE renforcent leur loyauté et leur attachement affectif, ainsi que leur évaluation rationnelle des bénéfices tangibles et intangibles qu'ils y associent, tels qu'un climat organisationnel favorable ou des opportunités de développement professionnel (Shen et al., 2016).

Selon Gond et al. (2010), les pratiques socialement responsables d'une entreprise envoient un signal positif aux collaborateurs, qui s'identifient aux valeurs organisationnelles et entrent dans une relation d'échange social généralisée. Ces pratiques, perçues positivement, créent une dynamique d'interaction entre l'échange social, basé sur la réciprocité, et l'identification sociale, alignant les valeurs personnelles des individus avec celles de l'organisation (Blau, 1964 ; Tajfel, 1978 ; Ashforth & Mael, 1989). Cette dynamique renforce à la fois l'engagement affectif et calculé (Shore et al., 2006 ; De Roeck & Delobbe, 2012). Cependant, l'impact de la micro-RSE sur l'engagement de continuité pourrait être indirect, médié par des variables comme la justice organisationnelle et l'identification sociale (De Roeck & Maon, 2018).

Nous proposons ainsi que la perception de la micro-RSE n'exerce pas un lien direct sur l'engagement calculé, mais qu'elle opère via des médiateurs l'identification sociale. Nous proposons à cet effet notre première hypothèse.

Hypothèse 1 : La perception de la micro-RSE n'exerce pas un lien direct sur l'engagement de continuité, mais l'influence indirectement et positivement via des mécanismes intermédiaires.

1.2. Effet médiateur du prestige externe perçu

Le prestige externe perçu (PEP) est défini comme la croyance des collaborateurs sur la manière dont les parties prenantes externes (clients, concurrents, fournisseurs) évaluent leur organisation en termes de réputation et de statut (Mael & Ashforth, 1992 ; Dutton et al., 1994 ; Carmeli, 2005). Ce concept, bien qu'étroitement lié à la réputation organisationnelle, se distingue par son focus sur la perception interne des évaluations externes, jouant ainsi un rôle clé dans la formation des attitudes et comportements des collaborateurs.

Les initiatives de micro-RSE contribuent à améliorer le PEP en renforçant la réputation externe de l'organisation (Aguinis & Glavas, 2012 ; El Akremi et al., 2015). En projetant une image positive auprès des parties prenantes externes, ces initiatives influencent la manière dont les collaborateurs perçoivent la valeur et le prestige de leur organisation (El Akremi et al., 2015), ce qui les incite à associer davantage leur propre image à celle-ci. Cette identification renforce leur volonté de rester dans l'organisation en consolidant à la fois leur attachement émotionnel et leur évaluation rationnelle des bénéfices liés à leur appartenance (Mael & Ashforth, 1992 ; Smidts et al., 2001).

Selon la théorie de l'identité sociale (Tajfel, 1978), les individus cherchent à s'associer à des groupes perçus comme prestigieux pour renforcer leur estime de soi. En s'identifiant à une organisation reconnue pour son engagement responsable, les collaborateurs développent un attachement émotionnel accru (engagement affectif) et une évaluation favorable des avantages organisationnels (engagement de continuité). Le PEP joue ainsi un rôle central en connectant les perceptions de la micro-RSE à ces deux dimensions de l'engagement (Smidts et al., 2001 ; Carmeli, 2005, El Akremi et al., 2015, Mael & Ashforth, 1992 ; Bergami & Bagozzi, 2000, Ouassal 2020).

Deux dynamiques complémentaires expliquent ce rôle médiateur :

- **Cognitive** : Le PEP influence la perception des avantages tangibles et intangibles de l'appartenance à l'organisation, tels que la sécurité de l'emploi, les opportunités de carrière et la reconnaissance sociale (Carmeli & Gilat, 2006). Ces évaluations rationnelles renforcent l'engagement de continuité en réduisant les intentions de départ.
- **Emotionnelle** : Les perceptions de prestige externe procurent un sentiment de valorisation et de satisfaction, motivant les employés à maintenir leur appartenance organisationnelle, même en présence d'opportunités concurrentielles (Dutton et al., 1994 ; Smidts et al., 2001).

Sur la base de ces mécanismes, nous proposons l'hypothèse suivante :

Hypothèse 2 : Le prestige externe perçu (PEP) joue un rôle de médiateur positif dans la relation entre la perception de la micro-RSE et l'engagement de continuité des collaborateurs.

1.3. L'effet modérateur de la croyance en l'importance de la RSE

La croyance en l'importance de la RSE (IRSE) est définie comme la conviction personnelle des collaborateurs selon laquelle la RSE constitue un pilier stratégique essentiel pour le fonctionnement d'une organisation (Turker, 2009). Cette croyance influence la manière dont

les collaborateurs perçoivent, interprètent et réagissent aux initiatives responsables de leur entreprise, conditionnant ainsi leurs attitudes et comportements organisationnels.

En effet, les individus qui accordent une grande importance à la RSE perçoivent les initiatives de micro-RSE comme des efforts authentiques et significatifs de l'organisation pour contribuer à des objectifs éthiques, sociaux et environnementaux (Maignan & Ferrell, 2001). L'IRSE agit comme un filtre interprétatif, amplifiant l'impact des initiatives responsables en fonction de leur pertinence perçue (Turker, 2009). Plus les collaborateurs croient en l'importance stratégique et morale de la RSE, plus ils attribuent une signification positive à ces pratiques, renforçant leur évaluation rationnelle des avantages liés à leur maintien dans l'organisation, notamment en termes de sécurité professionnelle et de reconnaissance sociale (Peterson, 2004 ; Turker, 2009).

Cette croyance intensifie également le sentiment de satisfaction et de valorisation des employés, augmentant leur motivation à rester fidèles à une organisation perçue comme responsable et engagée. Meyer et Allen (1997) expliquent que l'engagement de continuité repose sur une évaluation des coûts et des bénéfices associés à l'appartenance à une organisation. Dans ce contexte, l'IRSE agit comme un catalyseur, rendant les bénéfices perçus plus significatifs pour les employés sensibles à la RSE.

Les études empiriques confirment le rôle modérateur de l'IRSE. Peterson (2004) a constaté que les employés ayant une forte croyance en l'importance de la RSE étaient plus enclins à développer un engagement de continuité lorsque leur organisation adoptait des initiatives responsables. Ces résultats sont corroborés par Rupp et al. (2006), qui montrent que les perceptions des actions de RSE sont plus influentes chez les employés qui considèrent la RSE comme une priorité organisationnelle. Sur cette base, nous proposons l'hypothèse suivante :

Hypothèse 3 : La croyance en l'importance de la RSE modère positivement la relation entre la perception de la micro-RSE et l'engagement de continuité, de sorte que cette relation est plus forte lorsque la croyance en l'importance de la RSE est élevée.

2. CADRE EMPIRIQUE DE LA RECHERCHE

2.1. Méthode et mesures

Notre étude s'est basée sur une démarche hypothético-déductive mobilisant une collecte des données à l'aide d'un questionnaire digital que nous avons conçu avec Google Forms et administré via les réseaux de communication sociale, notamment, WhatsApp et Linked In en tant que canaux les plus utilisés par les professionnels au Maroc. L'administration du

questionnaire en ligne nous a permis une collecte plus rapide des données. Nous avons réalisé un sondage anonyme entre le 05 Août et le 10 septembre 2024 et nous avons obtenu 120 observations, épurées en éliminant les réponses invalides. Nous avons ainsi gardé 107 observations exploitables dans l'analyse. Les répondants sont répartis entre 30 % de femmes, et 70% d'hommes. La majorité des répondants (75%) sont âgés de 36,7 ans en moyenne avec une ancienneté supérieure à 6 ans (76%). 42% des répondant sont issus du secteur de l'industrie automobile, principalement les équipementiers à Tanger et Kenitra au Maroc et représentent principalement par des cadres responsables et dirigeants (60%).

La mesure des variables a été effectuée à l'aide d'échelles de mesure établies et validées dans la littérature (Saunders, Lewis & Thornhill, 2019). Toutes les échelles de réponse allaient de 1 (Pas du tout d'accord) à 5 (tout à fait d'accord). L'engagement organisationnel de continuité (Calculé) a été mesuré à l'aide de sept éléments de l'échelle d'engagement organisationnel d'Allen et Meyer (1993). La mesure du prestige externe perçu a été réalisée grâce à l'échelle de cinq items de Riordan et al., (1997). La perception de la micro-RSE a été mesurée en utilisant l'échelle de mesure de 9 items de Tahri & Igalens (2012). Enfin, la croyance en l'importance de la RSE a été mesurée à l'aide de l'échelle de Etheredge (1999) adaptée par Turker (2009). L'analyse des données recueillies et le test des hypothèses ont été réalisés en utilisant la méthode des équations structurelles à l'aide de Smart PLS 4 qui est l'outil le mieux adapté au traitement d'échantillons peu importants (Balambo & El Baz, 2014).

2.2. Résultats

2.2.1. Test des effets directs :

Avant de tester les hypothèses, nous avons procédé dans un premier temps, à l'évaluation de la fiabilité des construits de nos échelles de mesure et leur validité convergente (Tableau 1) et discriminante, (Tableau 2).

Les items de la variable « Engagement de Continuité (EC) » affichent une excellente fiabilité, avec une valeur de fiabilité composite de 0,927. De même, les items mesurant la « Croyance en l'Importance de la RSE (IRSE) » présentent une fiabilité très satisfaisante, avec une valeur de 0,891. La variable « Prestige Externe Perçu (PEP) » se distingue par une fiabilité particulièrement élevée, atteignant 0,944. Enfin, pour la « Perception des Pratiques RSE (PRCP-RSE) », la fiabilité composite est également solide avec une valeur de 0,917, bien que l'indicateur AVE soit légèrement inférieur (0,611) par rapport aux autres variables, mais indique une variance commune suffisamment partagée par les items du construit. Globalement,

ces résultats confirment la fiabilité et la robustesse des mesures pour analyser les relations dans le modèle.

Tableau 1 : Validité Convergente des construits

Construit	Items codés	Poids des items	Alpha de Cronbach	Fiabilité Composite	(AVE)
Engagement de continuité	EC1	0.886	0.902	0.927	0.719
	EC2	0.874			
	EC3	0.880			
	EC4	0.755			
	EC6	0.838			
Croyance en l'importance de RSE	IRSE1	0.812	0.838	0.891	0.670
	IRSE2	0.818			
	IRSE3	0.831			
	IRSE4	0.814			
Prestige Externe Perçu	PEP1	0.914	0.926	0.944	0.773
	PEP2	0.903			
	PEP3	0.904			
	PEP4	0.845			
	PEP5	0.825			
Perception de micro-RSE	PRCP-RSE2	0.784	0.893	0.917	0.611
	PRCP-RSE3	0.773			
	PRCP-RSE4	0.802			
	PRCP-RSE5	0.842			
	PRCP-RSE6	0.782			
	PRCP-RSE8	0.709			
	PRCP-RSE9	0.775			

Source : Outputs des analyses statistiques obtenues en utilisant Smart PLS software.

A noter que les items (PRCP-RSE 1 & 7, ainsi que les items IRSE5 et EC5 & 7 ont été exclus de l'échelle de mesure en raison de leurs faible contribution factorielle, ne reflétant pas de la sorte les variables étudiées

Le test de validité discriminante avec le critère de Fornell-Larcker (Tableau 2) montre que chaque variable latente partage une variance plus forte avec ses propres indicateurs qu'avec les autres variables latentes (Fornell et Larcker, 1981). Par exemple, pour la variable « Engagement de Continuité (EC) », la racine carrée de l'AVE est de 0,848, ce qui est supérieur aux corrélations de cette variable avec les autres (0,345 avec IRSE, 0,511 avec PEP et 0,341 avec PRCP-RSE). De même, pour les autres variables latentes (IRSE, PEP, PRCP-RSE), la diagonale principale présente des valeurs plus élevées que celles des corrélations inter-constructeurs, validant ainsi la validité discriminante selon ce critère.

Tableau 2 : Validité Convergente des construs Validité discriminante (critère de Fornell-Larcker)

	EC	IRSE	PEP	PRCP-RSE
EC	0.848			
IRSE	0.345	0.819		
PEP	0.511	0.507	0.879	
PRCP-RSE	0.341	0.283	0.705	0.782

Source : Outputs des analyses statistiques obtenues en utilisant Smart PLS software.

Les chargements croisés (cross loadings) montrent bien que les items présentent une corrélation plus forte avec la variable latente qui les compose qu’avec les autres variables latentes (Chin1998). Par ailleurs, Les valeurs Q² prédictives pour EC (0,164) et PEP (0,561) confirment que le modèle a une bonne capacité prédictive, en particulier pour PEP.

Nous avons procédé à un test des relations directes (Tableau 3) entre les variables indépendantes et dépendantes avant d’examiner les relations de modération et de médiation. L’analyse révèle que la croyance en l’importance de la RSE (IRSE) n’a pas d’effet significatif sur l’Engagement de Continuité (EC) (p-value = 0.125), bien que la relation soit positive avec un coefficient de 0.146. En revanche, le Prestige Externe Perçu (PEP) exerce un impact significatif et positif sur l’Engagement de Continuité (EC), avec un coefficient de 0.451 (p-value = 0.001) et une t-value de 3.338, ce qui confirme une forte relation entre ces deux variables.

Concernant la Perception de la micro-RSE (PRCP-RSE), son effet direct sur l’Engagement de Continuité (EC) n’est pas significatif (p-value = 0.563), avec un coefficient très faible (0.078). Cependant, cette variable a un impact très significatif sur le Prestige Externe Perçu (PEP), avec un coefficient de 0.708 (p-value = 0.000) et une t-value de 10.879, démontrant une contribution importante à cette relation.

Tableau 3 : Observation des effets directs ente les variables indépendantes et variables dépendantes

Décision Hypothèse		Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Validation de l’effet
—	IRSE -> EC	0.146	0.153	0.096	1.532	0.125	Non validé
H1 confirmée	PEP -> EC	0.451	0.446	0.135	3.338	0.001	Validé
	PRCP-RSE -> EC	0.078	0.082	0.135	0.579	0.563	Non validé
	PRCP-RSE -> PEP	0.708	0.711	0.065	10.879	0.000	Validé

Ainsi, bien que la relation directe entre la perception de la micro-RSE et l'Engagement de Continuité ne soit pas validée (p-value = 0.563), la relation entre le PEP et la perception de la micro-RSE, ainsi que celle entre le PEP et l'Engagement de Continuité, confirment notre première hypothèse (Tableau 3).

2.2.2. Test de l'effet Médiateur du prestige externe perçu :

L'analyse de l'effet médiateur (tableau 4) montre que le Prestige Externe Perçu (PEP) joue un rôle significatif dans la relation entre la Perception de la micro-RSE (PRCP-RSE) et l'Engagement de Continuité (EC). Le coefficient de médiation est de 0.319, avec une p-value de 0.003, indiquant que cet effet est statistiquement significatif. La t-value associée, de 3.021, dépasse également le seuil critique de 2.58, confirmant la robustesse de cet effet médiateur.

Ces résultats suggèrent que la Perception de la micro-RSE influence indirectement l'Engagement de Continuité par l'intermédiaire du Prestige Externe Perçu. En d'autres termes, une perception positive des pratiques RSE améliore le prestige externe perçu par les collaborateurs, ce qui, à son tour, renforce leur engagement organisationnel de continuité. Ce résultat valide notre deuxième hypothèse.

Tableau 4 : Test de l'effet médiateur du PEP

Hypothèse	Relations	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Decision
H2	Effet médiateur du PES dans l'influence de perception de la micro RSE sur l'EC : PRCP-RSE → PEP → EC	0.319	0.318	0.106	3.021	0.003	Confirmée

2.2.3. Test de l'effet Modérateur de la croyance en l'importance de la RSE :

Le tableau 5 présente les résultats du modèle de modération. L'analyse montre que l'interaction entre la croyance en l'importance de la RSE (IRSE) et la Perception de la micro-RSE (PRCP-RSE) a un impact significatif sur l'Engagement de Continuité (EC). Le coefficient de l'effet modérateur est de 0.179, avec une p-value de 0.021, indiquant que cet effet est statistiquement significatif.

La t-value associée à cet effet est de 2.306, ce qui dépasse le seuil critique de 1.96. Cela confirme que l'interaction entre IRSE et PRCP-RSE joue un rôle modérateur significatif dans la relation avec l'EC. En d'autres termes, l'effet de la Perception de la micro-RSE sur

l'Engagement de Continuité est amplifié ou atténué en fonction du niveau de la croyance en l'importance de la RSE. A cet effet, notre troisième hypothèse est confirmée.

Tableau 5 : Test de l'effet modérateur de l'IRSE

Hypothèse	Relations	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Decision
H3	Effet modérateur de la croyance en l'importance de la RSE : Relation de Perception de micro RSE → Engagement organisationnel de continuité	0.179	0.178	0.078	2.306	0.021	Confirmée

3. Discussion

Les résultats de notre étude mettent en lumière des dynamiques importantes concernant l'impact de la perception de la micro-RSE sur l'engagement organisationnel de continuité dans le secteur de l'industrie automobile au Maroc. Ce secteur, particulièrement compétitif et soumis à de fortes pressions en matière d'innovation et de durabilité, offre un terrain propice pour examiner les liens entre RSE, perception des collaborateurs et engagement organisationnel.

Nos résultats montrent que L'effet direct de la perception de la micro-RSE (PRCP-RSE) sur l'engagement de continuité n'est pas significatif. Cela corrobore les observations de Gond et al. (2010), qui suggèrent que l'impact des initiatives RSE sur les comportements des employés dépend fortement des mécanismes médiateurs et de leur traduction en bénéfices tangibles ou symboliques. La perception isolée des pratiques RSE peut ne pas suffire à motiver un engagement organisationnel accru sans l'appui de mécanismes facilitateurs. Dans le secteur automobile, où les pressions de performance et d'innovation sont élevées, les collaborateurs peuvent percevoir les initiatives RSE comme périphériques si elles ne sont pas intégrées de manière visible et stratégique dans leur expérience professionnelle.

Le prestige externe perçu émerge comme un médiateur clé dans la relation entre la perception des pratiques micro-RSE et l'engagement organisationnel de continuité. Ce résultat s'aligne avec les conclusions de Turker (2009) et Riordan (1997), qui mettent en évidence l'importance de l'image externe de l'entreprise pour renforcer l'attachement des employés. Ce qui est en parfaite adéquation avec la théorie de l'identification sociale, selon laquelle les employés ont tendance à s'identifier à une organisation perçue positivement par ses parties prenantes externes (Dutton et Dukerich, 1991). Le fait que la population des répondants soit constituée

principalement de cadres responsables ou dirigeants (60 %), pourrait expliquer la pertinence du PEP comme médiateur dans cette étude. Les cadres, en tant que représentants visibles de leur organisation, sont directement concernés par l'image externe de l'entreprise et sa réputation (Riordan, 1997).

L'interaction entre la croyance en l'importance de la RSE et la perception des pratiques micro-RSE exerce un effet modérateur significatif sur l'engagement organisationnel de continuité. Ces résultats confirment les hypothèses avancées dans les études empiriques (Colquitt et al., 2001 ; Turker, 2009 ; Manzoor et al., 2023) sur l'importance des perceptions individuelles dans l'efficacité des initiatives RSE. Selon la théorie des parties prenantes (Freeman, 1984), cette croyance renforce la légitimité des initiatives RSE en les alignant sur les attentes des employés en matière de contribution sociale et éthique. Dans ce sens, l'impact des pratiques micro-RSE sur l'engagement de continuité est amplifié lorsque les collaborateurs perçoivent la RSE comme un élément stratégique essentiel.

Conclusion

Les résultats de cette étude nous permettent d'enrichir la compréhension des mécanismes par lesquels la micro-RSE influencent l'engagement organisationnel de continuité dans le secteur de l'industrie automobile. En intégrant le prestige externe perçu comme médiateur et la croyance en l'importance de la RSE comme modérateur, nous avons démontré que les perceptions des collaborateurs à l'égard des initiatives responsables de leur entreprise jouent un rôle clé dans leur engagement organisationnel.

D'une part, le PEP agit comme un levier d'identification organisationnelle, renforçant le lien émotionnel et rationnel des collaborateurs avec leur entreprise. Ce mécanisme est particulièrement pertinent pour les cadres, qui sont directement exposés aux interactions avec les parties prenantes externes et à la réputation de l'entreprise. Ces résultats confirment les apports de la théorie de l'identification sociale (Tajfel, 1978 ; Dutton et Dukerich, 1991) et montrent que le prestige externe constitue un vecteur essentiel pour traduire la perception des pratiques RSE en attitudes organisationnelles positives.

D'autre part, la croyance en l'importance de la RSE amplifie l'impact des pratiques micro-RSE sur l'engagement organisationnel. Les collaborateurs sensibles aux valeurs de responsabilité sociale interprètent ces initiatives comme légitimes et stratégiquement alignées avec les objectifs de l'organisation. Ces résultats, cohérents avec les propositions de la théorie des parties prenantes (Freeman, 1984) et les travaux de Turker (2009), soulignent l'importance de

sensibiliser et d'impliquer les collaborateurs dans les initiatives RSE pour en maximiser l'impact organisationnel.

Dans le secteur de l'industrie automobile, où la pression pour répondre aux attentes sociétales et environnementales est forte, les entreprises doivent non seulement intégrer des pratiques responsables mais aussi les valoriser activement auprès de leurs collaborateurs et de leurs parties prenantes externes. Une stratégie de RSE bien articulée, combinant visibilité externe et pertinence interne, est cruciale pour renforcer l'engagement organisationnel et assurer une compétitivité durable.

Enfin, cette recherche invite à approfondir l'exploration des mécanismes d'influence de la RSE dans d'autres contextes sectoriels et culturels. Des investigations futures pourraient, par exemple, examiner le rôle d'autres médiateurs ou modérateurs, tels que la justice organisationnelle, La confiance ou les valeurs culturelles, dans la relation entre la micro-RSE et l'engagement organisationnel.

BIBLIOGRAPHIE

Allen, N. J. & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.

Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89. [https://doi.org/10.1016/1053-4822\(91\)90011-Z](https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z)

Allen, N., Meyer, J., (1996), « Affective, continuance, and normative commitment to the organization: An examination of construct validity », *Journal of Vocational Behavior*, vol. 49, no 3, p. 252-276.

Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932–968.

Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review*, 14(1): 20-39.

Balambo, M. A., & Baz, J. E. (2014). De l'intérêt de l'analyse des modèles des équations structurelles par la méthode PLS dans les recherches sur les relations inter organisationnelles : Le cas des recherches en Logistique. 15.

Bergami, M., & Bagozzi, R. P. (2000). Self-categorization, affective commitment and group self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization. *British Journal of Social Psychology*, 39(4), 555–577.

- Blau, P. M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley.
- Bouraoui, K. (2019). *Conséquences de la responsabilité sociale de l'entreprise sur l'engagement organisationnel des salariés : l'apport des théories de la justice organisationnelle*. Université de Pau et des Pays de l'Adour ; Institut supérieur de gestion (Tunis). Français. ffNNT : 2019PAUU2050ff. ftel-02879871f
- Carmeli, A. (2005). Perceived External Prestige, Affective Commitment, and Citizenship Behaviors. *Organization Studies*, 26(3), 443–464.
- Carmeli, A., & Gilat, G. (2006). Perceived External Prestige, Organizational Identification, and Affective Commitment: A Stakeholder Approach. *Corporate Reputation Review*, 9(2), 92–104.
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85-105.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research* (pp. 295–336). Lawrence Erlbaum Associates.
- Colquitt, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O. L. H., & Ng, K. Y. (2001). Justice at the millennium: A meta-analytic review of 25 years of organizational justice research. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 425–445. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.3.425>
- Dadzie, I. (2024). *Micro-CSR in Action: Can Small Deeds by Ghanaian Employees Build Big Trust? A systematic review*. Conference paper: Responsible Business: Breakthrough to Excellence At: India. <https://www.researchgate.net/publication/380164178>
- De Roeck, K., & Maon, F. (2018). Building the theoretical puzzle of employees' reactions to corporate social responsibility: An integrative conceptual framework and research agenda. *Journal of Business Ethics*, 149(3), 609–625. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3081-2>
- De Roeck, K., Delobbe, N., (2012). « Do environmental CSR initiatives serve organizations' legitimacy in the oil industry? Exploring employees' reactions through organizational identification theory », *Journal of Business Ethics*, vol. 110, no 4, p. 397-412.
- Dutton, J. E., & Dukerich, J. M. (1991). Keeping an eye on the mirror: Image and identity in organizational adaptation. *Academy of Management Journal*, 34(3), 517–554. <https://doi.org/10.5465/256405>
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational Images and Member Identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239–263.

- Edwards, J. R., & Cable, D. M. (2009). The value of value congruence. *Journal of Applied Psychology*, 94(3), 654–677. DOI: 10.1037/a0014891
- El Akremi, A., Gond, J.-P., Swaen, V., De Roeck, K., Igalens, J., (2015). How Do Employees Perceive Corporate Responsibility? Development and Validation of a Multidimensional Corporate Stakeholder Responsibility Scale. *J. Manag.* 44, 619–657.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press.
- Glavas A., 2016, Corporate social responsibility and employee engagement: Enabling employees to employ more of their whole selves at work. *Front. Psychol.* 7:796.
- Gond, J.-P., Igalens, J., Swaen, V., & El Akremi, A. (2011). The human resources contribution to responsible leadership: An exploration of the CSR-HR interface. *Journal of Business Ethics*, 98(1), 115–132. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1024-4>
- Igalens J. & Tahri N., 2012, Perception de la RSE par les salariés : construction et validation d'une échelle de mesure. *Revue de gestion des ressources humaines*, (1), 3-19.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their Alma Mater: A Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103–123.
- Maignan, I., & Ferrell, O. C. (2001). Corporate Citizenship as a Marketing Instrument. *European Journal of Marketing*, 35(3/4), 457–484. DOI: 10.1108/03090560110382110
- Manzoor, F., Wei, L., Asif, M., & Iqbal, S. (2023). The moderating role of cultural values in CSR and employee commitment: Evidence from developing countries. *Journal of Business Research*, 153, 45–56. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.07.006>
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24(3), 403-441.
- Ouassal, L. (2020). L'impact de la RSE perçue sur l'implication continue des cadres salariés au sein de l'OCP site de SAFI. *Revue Alternatives Manageriales et Economiques*, Vol 2, No 2(Avril, 2020) 198-218. E-ISSN: 2665-7511 <https://revues.imist.ma/?journal=AME>
- Ouazzouz, Y. (2023). Pratiques RSE au Maroc et impact social : Etat des lieux. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 4(5-1), 60- 80. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8378124>.

Peterson, D. K. (2004). The Relationship Between Perceptions of Corporate Citizenship and Organizational Commitment. *Business & Society*, 43(3), 296–319. DOI: 10.1177/0007650304268065

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society. The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 12: 78-92.

Riordan, C. M., Gatewood, R. D., & Bill, J. B. (1997). Corporate image: Employee reactions and implications for managing corporate social performance. *Journal of Business Ethics*, 16(4), 401–412. <https://doi.org/10.1023/A:1017989205184>

Rupp D, Ganapathi J, Aguilera R and Williams C (2006) Employee reactions to corporate social responsibility: An organizational justice framework. *Journal of Organizational Behavior*, 27(4): 537–543

Rupp, D. and Jones, D. A (2018). Social responsibility in and of organizations: The psychology of corporate social responsibility among organizational members. In D. Ones, N. Anderson, C. Viswesvaran, and H. Sinangil (eds), *The handbook of industrial, work and organizational psychology*: 333–350. London: Sage.

Rupp, D. E., & Mallory, D. B. (2015). Corporate social responsibility: Psychological, person-centric, and progressing. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 2(1), 211–236. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032414-111505>

Sabir, H., & Zakraoui, M. (2024). Les Modèles explicatifs de la responsabilité sociale de l'entreprise. *International Journal of Strategic Management and Economic Studies (IJSMES)*, 3(1), 229-242.

Sadouk, B., & Jabbara, E. M. (2024). La stratégie des entreprises socialement responsables et le respect des principes de développement durable. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 5(6), 554-569. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12511651>

Saunders, M.N.K., Lewis, P. and Thornhill, A. (2019) *Research Methods for Business Students*. 8th Edition, Pearson, New York.

Shen, J., Benson, J., (2016). « When CSR is a social norm: How socially responsible human resource management affects employee work behavior », *Journal of Management*, vol. 42, no 6, p. 1723-1746.

Shore, L. M., Bommer, W. H., Rao, A. N., & Seo, J. (2006). Social exchange in organizations: The moderating effects of justice on the relationship between social exchange and work

attitudes. *Journal of Applied Psychology*, 91(4), 748–762. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.4.748>

Smidts, A., Pruyn, A. T. H., & Van Riel, C. B. M. (2001). The Impact of Employee Communication and Perceived External Prestige on Organizational Identification. *Academy of Management Journal*, 44(5), 1051–1062.

Tajfel, H. (1978). *Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations*. London: Academic Press.

Turker, D. (2009). How Corporate Social Responsibility Influences Organizational Commitment. *Journal of Business Ethics*, 89(2), 189–204.

Yassin, Y., Beckmann, M. (2024). CSR and employee outcomes: a systematic literature review. *Manag Rev Q*. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00389-7>