

La responsabilité sociale des entreprises au Maroc : Analyse de son impact sur la performance financière des entreprises marocaines à travers une revue de la littérature"

Corporate Social Responsibility in Morocco: Analysis of its Impact on the Financial Performance of Moroccan Companies Through a Literature Review.

Auteur 1 : AZIZ BOUTAIEB

Auteur 2 : SAMIR OTHMANE.

Auteur 3 : MAIMOUN AHMED.

AZIZ BOUTAIEB, (Doctorant en sciences de gestion)

Université Hassan Premier Settat, Maroc

Faculté d'économie et gestion de Settat

Laboratoire de Recherche en Economie, Gestion Management des affaires (LAREGMA)

SAMIR OTHMANE, (Doctorant en sciences de gestion)

Université Hassan Premier Settat, Maroc

Faculté d'économie et gestion de Settat

Laboratoire de Recherche en Economie, Gestion Management des affaires (LAREGMA)

MAIMOUN AHMED, (Professeur de l'enseignement supérieur)

Université Hassan Premier Settat, Maroc

Faculté d'économie et gestion de Settat

Laboratoire de Recherche en Economie, Gestion Management des affaires (LAREGMA)

Déclaration de divulgation : L'auteur n'a pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.

Conflit d'intérêts : L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêts.

Pour citer cet article : BOUTAIEB .A, OTHMANE .S & AHMED .M (2024) « La responsabilité sociale des entreprises au Maroc : Analyse de son impact sur la performance financière des entreprises marocaines à travers une revue de la littérature », African Scientific Journal « Volume 03, Numéro 22 » pp: 0726 – 0742.

Date de soumission : Janvier 2024

Date de publication : Février 2024



DOI : 10.5281/zenodo.10803765

Copyright © 2024 – ASJ



Résumé

Cette étude vise à examiner la relation entre la responsabilité sociale des entreprises (RSE) et la performance financière dans le contexte spécifique des entreprises marocaines. La question centrale est de déterminer dans quelle mesure les initiatives et politiques RSE influencent la rentabilité et les résultats financiers de ces entreprises.

Si les recherches académiques internationales sur ce sujet ont obtenu des conclusions contrastées, avec certaines études montrant un impact positif de la RSE sur la performance financière et d'autres n'identifiant pas d'effets significatifs, voire un impact négatif à court terme, peu de travaux ont été menés spécifiquement sur le cas du Maroc. Pourtant, les entreprises marocaines se sont progressivement engagées dans des démarches RSE ces dernières années. L'objectif poursuivi est donc d'analyser l'état des connaissances sur les liens entre RSE et performance financière dans ce contexte national particulier, afin de confronter les tendances relevées à l'international aux réalités concrètes du terrain marocain. L'article souligne par ailleurs que peu d'études parviennent à intégrer de manière satisfaisante les variables susceptibles de modérer cette relation.

En définitive, cette revue de littérature dresse un état des lieux des connaissances sur l'impact de la RSE sur la rentabilité des entreprises marocaines et met en exergue la nécessité de mener davantage de recherches empiriques ciblées sur ce pays.

Mots clés : : la responsabilité sociale des entreprises (RSE) ; La performance sociale ; La performance financière...

Abstract

This study aims to examine the relationship between corporate social responsibility (CSR) and financial performance in the specific context of Moroccan companies. The central question is to determine the extent to which CSR initiatives and policies influence the profitability and financial performance of these companies.

While international academic research on this subject has reached contrasting conclusions, with some studies showing a positive impact of CSR on financial performance and others identifying no significant effects, or even a negative impact in the short term, little work has been carried out specifically on the case of Morocco. However, Moroccan companies have gradually embarked on CSR initiatives in recent years.

The aim is therefore to analyse the state of knowledge on the links between CSR and financial performance in this particular national context, in order to compare the trends observed internationally with the concrete realities on the Moroccan ground. The article also highlights the fact that few studies manage to satisfactorily integrate the variables likely to moderate this relationship.

Ultimately, this literature review provides an overview of the current state of knowledge on the impact of CSR on the profitability of Moroccan companies and highlights the need for more empirical research targeted at this country.

Keywords : Corporate social responsibility (CSR); Social performance; Financial performance...

Introduction

La notion de responsabilité sociale des entreprises (RSE) a été introduite dans les années 1950 grâce aux travaux pionniers de Howard Bowen. Selon sa définition, la RSE consiste en l'intégration volontaire, par les entreprises, d'enjeux sociaux et environnementaux dans leurs activités commerciales et dans leurs relations avec les parties prenantes internes (salariés, syndicats) et externes (collectivités locales, organisations non gouvernementales, pouvoirs publics).

Au fil des décennies, ce concept a gagné en visibilité et en intérêt sous l'effet de plusieurs facteurs. Tout d'abord, les attentes sociétales envers les entreprises se sont accumulées, les poussant à adopter des comportements plus responsables et éthiques. Par ailleurs, la prise de conscience des enjeux environnementaux et le développement du concept de développement durable à partir des années 1990 ont placé la RSE au cœur des préoccupations managériales.

D'un point de vue réglementaire, la RSE a été encadrée par de nombreuses conventions et directives internationales, telles que la Global Reporting Initiative ou l'ISO 26000 sur la responsabilité sociétale. Ces normes ont donné une base normative à la RSE. Au niveau national, certains États ont également mis en place des obligations en matière de reporting extra-financier pour les grandes entreprises.

Aujourd'hui, la RSE ne constitue plus une simple initiative marketing mais s'est imposée comme un paradigme incontournable de gouvernance d'entreprise à l'échelle mondiale. Elle répond à des enjeux stratégiques majeurs tels que la réputation, la légitimité ou la compétitivité des entreprises sur un marché où les critères extra-financiers pèsent de plus en plus dans la décision des clients, des investisseurs et des pouvoirs publics.

Dans ce contexte, les entreprises marocaines prennent progressivement conscience que la RSE représente un levier de développement à ne pas négliger, notamment pour répondre aux pressions croissantes des institutions et de la société marocaine.

Énoncer la question de recherche : **Comment l'adoption de pratiques et de politiques de responsabilité sociale, sociétale et environnementale affecte-t-elle la performance financière des entreprises au Maroc ?**

Préciser que le lien entre responsabilité sociale des entreprises et performance financière fait l'objet de résultats contrastés dans la littérature académique internationale. En effet, certaines études empiriques montrent un impact positif de la RSE sur la rentabilité et la rentabilité des entreprises. Cependant, d'autres travaux ne relèvent pas d'effets significatifs ou même observent

un impact négatif à court terme. Ces résultats mitigés témoignent de l'ambiguïté des relations entre critères extra-financiers et indicateurs de résultats économiques et financiers.

Justifier l'intérêt de mener une revue de littérature spécifique sur le cas du Maroc. Peu d'études se sont pour l'instant penchées sur cette thématique dans le contexte marocain, alors même que les entreprises nationales ont développé de plus en plus leur démarche RSE. Il s'agit donc d'analyser l'état des connaissances sur ce sujet spécifique, de manière à confronter les tendances référencées au niveau international aux réalités du terrain marocain.

Cette revue de littérature permettra de mieux comprendre la nature des liens entre engagements sociétaux et rentabilité financière dans le contexte économique marocain.

Le but de cette étude est d'examiner l'impact de la responsabilité sociale des entreprises sur la performance financière des sociétés au Maroc. Pour y parvenir, une analyse systématique de la littérature existante sur ce sujet sera menée.

L'objectif ultime est de fournir aux dirigeants d'entreprise et à la communauté académique un état actualisé des connaissances sur l'impact réel de la RSE sur la performance financière des entreprises marocaines.

I- Fondements théoriques

1. La responsabilité sociale des entreprises

La RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises) est un concept complexe qui désigne l'intégration volontaire des préoccupations sociales, sociétales et environnementales par les organisations dans leurs activités et leurs interactions avec les parties prenantes (Bowen, 1953). Les origines du concept remontent aux années 1950 avec les travaux pionniers de Bowen (1953), considéré comme le fondateur de la pensée moderne en matière de RSE. Dans son ouvrage "Social Responsibilities of the Businessman", il définit pour la première fois la RSE comme l'obligation des hommes d'affaires de mener des politiques, de prendre des décisions et de suivre des lignes de conduite favorables aux objectifs et aux valeurs de notre société. Bowen place ainsi la RSE dans une perspective sociétale en prônant l'intégration volontaire des dimensions non-économiques dans les activités des entreprises.

Les travaux de Carroll (1979) ont permis d'approfondir le concept de RSE en le décomposant selon quatre niveaux de responsabilité : économique, juridique, éthique et discrétionnaire. Cette conceptualisation en pyramide reste une référence majeure pour analyser les contours évolutifs de la RSE. Plus récemment, la définition proposée par la Commission Européenne (2001) a également beaucoup influencé les pratiques managériales en mettant l'accent sur l'intégration

volontaire des préoccupations sociales et environnementales par les entreprises dans une optique de développement durable.

1.1 Définitions institutionnelles et managériales

D'un point de vue institutionnel, la définition fondatrice de la RSE est celle proposée par la Commission Européenne (2001). Selon cette dernière, la RSE correspond à "l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales dans leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes". Cette définition met l'accent sur l'importance de prendre en compte les dimensions extra-financières dans la stratégie et la gestion des organisations de manière proactive.

Le World Business Council for Sustainable Development (WBCSD, 1998) a également contribué à la conceptualisation de la RSE. Selon ce regroupement patronal international, la RSE consiste à "prendre en compte les impacts sociaux et environnementaux de leurs activités et à travailler avec les employés, leurs familles, la communauté locale et la société au sens large pour contribuer au développement économique durable". Cette définition met l'accent sur l'importance de l'alignement des objectifs des entreprises avec les principes du développement durable.

D'autres institutions comme l'OCDE ou les Nations Unies ont également développé leur propre définition managériale de la RSE en insistant sur l'importance de l'intégration volontaire de critères ESG dans les stratégies et opérations des entreprises. Ces définitions à visée pratique ont fortement contribué à vulgariser le concept auprès des dirigeants.

Outre la Commission Européenne et le WBCSD déjà cités, plusieurs autres institutions majeures se sont attachées à définir la RSE :

- L'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE, 2001) a défini la RSE comme l'"intégration volontaire des préoccupations sociales et environnementales par les entreprises dans leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes".
- Pour les Nations Unies (2011), la RSE correspond à « la contribution des entreprises au développement durable, notamment à travers des actions volontaires au-delà de la conformité réglementaire ».
- Le Pacte Mondial des Nations Unies (2000) définit la RSE comme « la manière dont les entreprises intègrent les préoccupations sociales, environnementales, éthiques, des droits de l'homme et des consommateurs dans leurs opérations et au cœur de leur stratégie, en interaction avec leurs parties manifestent".

Du côté des autres organisations patronales, on peut citer :

- Business for Social Responsibility (2000) met l'accent sur "la création de valeur économique à long terme, tout en prenant en compte les aspects environnementaux et sociaux".
- Forum économique mondial (2002) évoquant « le respect par les entreprises des valeurs éthiques et de transparence et le respect de leurs parties prenantes ».

Ces définitions à portée managériale insistent toutes sur la dimension proactive d'engagement et d'intégration volontaire des enjeux ESG par les entreprises dans une logique partenariale avec les parties impliquent.

1.2 Définitions académiques

En termes académiques, la définition fondatrice de la RSE est celle proposée par Carroll (1979). Selon cet auteur, la RSE correspond à la responsabilité économique, légale, éthique et discrétionnaire des entreprises. Carroll représente ces quatre dimensions de responsabilité sous la forme d'une pyramide, où la base est la responsabilité économique de rentabilité, suivie par la responsabilité légale de conformité, puis la responsabilité éthique de prestations au-delà des prescriptions légales, et au sommet la responsabilité discrétionnaire d'engagements volontaires envers la société. Cette approche conceptuelle est devenue une référence majeure dans le domaine.

Plus récemment, Swanson (1995) a proposé une définition centrée sur l'alignement des activités commerciales avec les objectifs de développement durable. Pour cet auteur, la RSE correspond à « la gestion des activités commerciales de manière à ce que celles-ci soient compatibles ou en phase avec les valeurs, les priorités et les objectifs d'un développement durable à l'échelle sociétale ». Cette perspective stratégique a influencé de nombreux travaux ultérieurs.

D'autres chercheurs comme Wood (1991) ou Dahlsrud (2008) ont également contribué à approfondir les différentes dimensions de la RSE et ses diverses approches managériales possibles au fil du temps.

Tableau récapitulatif de plusieurs définitions académiques majeures de la RSE:

Auteur	Année	Définition de la RSE
Bowen	1953	Obligation des dirigeants d'entreprise de mener des politiques compatibles avec les valeurs souhaitables dans un système démocratique.
Carroll	1979	Les quatre dimensions de responsabilité des entreprises sont la responsabilité économique, légale, éthique et discrétionnaire.
Wood	1991	Il s'agit de la mise en place des principes de responsabilité sociale, des processus de sensibilisation sociale, ainsi que des politiques, programmes et résultats observés qui sont liés aux relations entre l'entreprise et la société.
Swanson	1995	Gestion des activités commerciales alignées sur le développement durable à l'échelle sociétale.
Van Marrewijk	2003	Processus d'intégration des préoccupations sociales, environnementales et économiques dans les activités de l'entreprise et dans son interaction avec ses parties prenantes sur une base volontaire.
Campbell	2007	Les relations entre l'activité de l'entreprise et la société créent une obligation pour les organisations de répondre aux valeurs sociétales, qui vont au-delà des intérêts des propriétaires.
Dahlsrud	2008	Concept utilisé pour décrire la responsabilité des entreprises vis-à-vis de la société, comprenant différentes dimensions (économique, légale, éthique, discrétionnaire).

Source : Élaboration par l'auteur

2. La performance sociale

La performance sociale est devenue un concept central dans l'analyse de la RSE. Elle désigne la capacité des organisations à prendre en compte les impacts sociaux de leurs activités et à y répondre de manière responsable.

2.1 Notion de performance sociale

La performance sociale, selon Wood (2010), peut être définie comme la mise en place des principes de responsabilité sociale, des processus de responsabilisation sociale, ainsi que des politiques, programmes et résultats observés qui sont liés aux relations entre l'entreprise et sa main-d'œuvre, ses clients, ses fournisseurs et les communautés au sein desquelles elle opère.

Cette définition souligne l'importance à la fois des aspects managériaux et opérationnels de la performance sociale.

Elle fait référence à la fois aux processus mis en œuvre en interne pour intégrer les enjeux sociaux, tels que le respect des normes fondamentales du travail, la santé-sécurité, la gestion des ressources humaines, la formation etc. et aux résultats effectifs obtenus en matière d'impacts sur les parties prenantes extra-financières comme la satisfaction client, la fidélisation des employés, l'engagement sociétal local, etc. (Wood, 2010).

Elle implique donc de mesurer à la fois les efforts déployés (politiques, systèmes de management, budgets alloués) et les outcomes réalisés en termes notamment de satisfaction, santé et bien-être des parties prenantes concernées (Clarkson, 1995 ; Wood, 2010). L'enjeu est d'évaluer la capacité des organisations à gérer efficacement les risques sociaux et à créer de la valeur partagée sur le long terme.

Cette conceptualisation large de la performance sociale englobe tant ses dimensions managériales que ses impacts effectifs sur les différentes parties prenantes.

2.2 Ses principales dimensions selon les auteurs

Plusieurs modèles conceptuels ont été proposés dans la littérature pour structurer les différentes dimensions de la performance sociale.

Un des modèles fondateurs est celui de Carroll (1979) qui identifie quatre domaines de responsabilité sociale des entreprises :

- La responsabilité économique, soit la performance liée à la rentabilité et à la profitabilité de l'entreprise.
- La responsabilité légale, qui renvoie au respect par l'entreprise de ses obligations réglementaires en termes notamment de conformité fiscale, sociale et environnementale.
- La responsabilité éthique, c'est-à-dire le respect des normes et valeurs sociétales définissant ce qui est perçu comme juste ou injuste par les parties prenantes.
- La responsabilité discrétionnaire ou philanthropique, qui couvre les actions volontaires en faveur des communautés et de causes sociales et environnementales.

Wood (1991) a par la suite développé une approche synthétique décomposant la performance sociale en trois grandes composantes :

- La performance liée à la main d'œuvre, reposant sur des critères comme l'hygiène et la sécurité au travail, le développement des compétences, la non-discrimination, etc.

- La performance environnementale se mesure par la gestion et la réduction des impacts négatifs de l'entreprise sur l'environnement, tels que l'utilisation des ressources, les émissions polluantes, la protection de la biodiversité, etc.
- La performance sociétale évalue l'engagement de l'entreprise envers les communautés locales et la société civile, notamment à travers des actions de mécénat, d'éducation, de création d'emplois ou de respect des droits humains.

Clarkson (1995) a apporté un complément important au modèle de Wood en intégrant explicitement la dimension "clients" dans l'évaluation de la performance sociale.

Selon Clarkson, la relation aux clients est un enjeu majeur de responsabilité sociétale pour les entreprises. Il propose donc d'intégrer cette dimension dans la mesure de la performance sociale.

Plus précisément, Clarkson considère qu'il est nécessaire d'évaluer :

- La qualité et la satisfaction client à travers des indicateurs comme les taux de retour, réclamation ou satisfaction.
- La sécurité des produits et services, en vérifiant le respect des normes en vigueur et la protection effective de la santé des consommateurs.
- L'éthique commerciale, en analysant par exemple les pratiques en matière de publicité, d'étiquetage ou de protection des données personnelles.
- Le service après-vente, en mesurant les délais et la qualité de la relation client post-achat.

3. La performance financière

La performance financière est une notion centrale en théorie financière. De nombreux travaux se sont efforcés de la définir et d'identifier ses déterminants clés.

3.1 Définition et mesure dans la littérature

La performance financière fait référence à la capacité d'une entreprise à générer des profits et de la valeur sur le long terme (Brigham & Houston, 2012). Elle vise à apprécier la santé et la pérennité financière de l'organisation.

La recherche en finance utilise différents indicateurs pour la mesurer de façon quantitative (Richard et al., 2009) :

- La rentabilité : elle évalue l'efficacité d'utilisation du capital investi. Le ROI calcule le rendement de l'actif total, le ROS celui des ventes et le ROE celui des capitaux propres. Plus ces ratios sont élevés, meilleure est la rentabilité.

- La croissance : l'évolution positive et durable du chiffre d'affaires ou des ventes sur plusieurs périodes traduit une bonne performance de croissance. La part de marché gagnée est aussi révélatrice.
- La liquidité : les ratios comme le fond de roulement permettent d'apprécier la capacité de l'entreprise à faire face à ses engagements de court terme. Plus il est élevé, meilleure est la situation de trésorerie.
- La valorisation boursière : dans le cas des sociétés cotées, l'évolution du cours de bourse et de la capitalisation boursière reflète la création de valeur perçue par les investisseurs sur le marché financier.

3.2 Ses déterminants clés selon les théories financières

Porter (1985) a proposé dans son analyse des cinq forces une grille de lecture stratégique pour comprendre la compétitivité d'un secteur. Il identifie la menace de nouveaux entrants, le pouvoir de négociation des fournisseurs/clients, la menace de produits substitués et la rivalité entre concurrents existants comme déterminants clés pouvant impacter la profitabilité.

La théorie des ressources (Wernerfelt, 1984) avance quant à elle que la capacité d'une entreprise à générer durablement des résultats financiers dépend des actifs stratégiques tangibles et intangibles qu'elle détient, comme ses brevets, marques, savoir-faire ou réseau de distribution. Ces ressources doivent être rares, appropriables et non substituables pour procurer un avantage concurrentiel.

Freeman (1984) a développé la théorie des parties prenantes en considérant que l'entreprise est intégrée dans son environnement sociétal. Selon cette théorie, la satisfaction à long terme de l'ensemble des parties prenantes - clients, employés, communautés, actionnaires - et non seulement des actionnaires, est essentielle pour garantir la réussite financière de l'entreprise. Cette approche prend en compte des facteurs extra-financiers dans l'analyse de la performance de l'entreprise.

II- Évaluation de la relation entre la performance sociale et la performance financière

1. Caractérisation de la relation entre performance sociale et performance financière

Plusieurs courants théoriques ont tenté d'appréhender la nature de la relation entre performance sociale (PS) et performance financière (PF).

1.1 Théorie des parties prenantes (Stakeholder Theory)

Selon Freeman (1984), l'entreprise est imbriquée dans un réseau de relations avec différentes parties prenantes qui ont un impact ou sont impactées par ses actions. Ces parties prenantes

comprennent notamment les actionnaires, mais aussi les employés, clients, fournisseurs, communauté locale etc.

La théorie postule qu'en satisfaisant de manière équilibrée les attentes et besoins de ces différents groupes de parties prenantes, l'entreprise crée de la valeur à long terme et assure sa pérennité.

Pour Clarkson (1995), la performance sociale consiste précisément à répondre de façon responsable aux différentes parties prenantes. En gagnant leur soutien et en évitant d'éventuels conflits, elle favoriserait une stabilité propice aux affaires.

Donaldson & Preston (1995) expliquent que le respect des parties prenantes par le biais d'une bonne performance sociale permet de fidéliser la main d'œuvre, d'améliorer l'innovation et les ventes, et ainsi de soutenir in fine la performance financière.

La théorie des parties prenantes établit donc un lien positif entre une gestion responsable prenant en compte tous les stakeholders et la création de valeur économique dans le temps.

1.2 Théorie des ressources (Resource-Based View) :

Selon Barney (1991), la performance d'une entreprise dépend des ressources et capacités spécifiques qu'elle détient et qui lui permettent de créer un avantage concurrentiel durable sur le marché.

Ces ressources peuvent être tangibles (technologie, actifs...) mais aussi intangibles comme la réputation, les marques, la culture ou les compétences des employés.

Orlitzky (2001) considère qu'une bonne performance sociale permet d'acquérir et développer des ressources immatérielles précieuses pour l'organisation :

- Elle renforce la réputation et l'image de marque auprès des parties prenantes.
- Elle fidélise les talents en prenant soin des ressources humaines.
- Elle génère un climat de confiance propice à l'innovation.

Ces ressources intangibles, lorsqu'elles sont rares, difficilement imitables et non substituables, apportent un avantage concurrentiel.

La théorie des ressources montre ainsi que la performance sociale, en tant que génératrice d'actifs immatériels clés, peut soutenir la performance financière sur le long terme d'une entreprise.

1.3 Théorie du signal (Signaling Theory) :

Selon Spence (1973), dans un contexte d'asymétrie d'information, les entreprises ont recours à des "signaux" pour communiquer certains aspects de leur qualité de façon crédible aux parties prenantes externes.

La performance sociale peut faire office d'un tel signal positif quant à la qualité de gestion et à la réactivité d'une entreprise face aux enjeux sociétaux (Brammer & Pavelin, 2006).

En démontrant leur sens des responsabilités par des réalisations concrètes en matière sociale et environnementale, les entreprises peuvent rassurer leurs partenaires et accéder plus facilement aux ressources clés (Nelling & Webb, 2009).

Par exemple, une bonne notation extra-financière peut signaler un risque réduit aux investisseurs et faciliter l'obtention de financements à des conditions avantageuses (Dhaliwal et al., 2011).

De même, une réputation sociale solide peut convaincre de talentueux candidats de rejoindre l'entreprise (Backhaus et al., 2002).

En résumé, la performance sociale agit comme un signal crédible de bonne gouvernance, ce qui réduit l'asymétrie d'information et favorise finalement la performance financière de l'entreprise.

1.4 Théorie des coûts de transaction :

Selon Williamson (1985), les coûts liés aux échanges et transactions entre une entreprise et ses partenaires extérieurs (coûts de transaction) impactent son efficacité et sa performance.

Orlitzky (2008) explique que la performance sociale peut permettre de réduire certains coûts de transaction.

En effet, une bonne prise en compte des attentes sociales et environnementales du territoire où elle opère diminue le risque de conflits ou litiges avec les communautés locales (Roland Berger, 2018).

De plus, le respect des droits humains et des conditions de travail décentes permet de réduire les risques de grèves ou de mouvements sociaux coûteux pour l'entreprise (Oikonomou et al., 2014).

En établissant la confiance avec l'ensemble de ses parties prenantes grâce au dialogue et à des actions concrètes, l'entreprise crée un climat favorable aux échanges fluides (Melé, 2008).

Moins de frictions dans les processus de décision et les transactions permettent à l'organisation d'allouer plus efficacement ses ressources, ce qui améliore sa performance financière en réduisant ses coûts. La théorie des coûts de transaction montre ainsi que la performance sociale est génératrice d'efficacité économique.

2. Limites des recherches empiriques sur la relation PS-PF

Les recherches empiriques analysant le lien entre performance sociale et performance financière présentent encore certaines limites qui peuvent expliquer la diversité des résultats obtenus:

2.1 Hétérogénéité des échantillons :

Une limite majeure réside dans le fait que la plupart des études se concentrent sur des échantillons restreints du point de vue sectoriel ou géographique.

Or, la nature de la relation PS-PF peut différer selon les caractéristiques propres à chaque industrie. Par exemple, les enjeux RSE ne seront pas les mêmes dans l'agroalimentaire et le numérique. Certaines activités sont aussi plus exposées médiatiquement et dépendent davantage de leur réputation.

De plus, le contexte réglementaire et concurrentiel varie d'un pays à l'autre. La contrainte réglementaire ou la pression des ONG ne pèsent pas de la même manière sur les entreprises américaines ou européennes par exemple.

Certaines études tentent d'intégrer ces spécificités en menant des analyses distinctes par secteur ou pays. Mais la plupart des recherches conservent un angle trop généraliste.

Or, pour obtenir des résultats robustes, il faudrait tenir compte de ces disparités inhérentes aux caractéristiques propres de chaque échantillon, plutôt que de chercher à établir une relation universelle. Les liens PS-PF peuvent en réalité varier considérablement d'un contexte à l'autre.

2.2 Problèmes méthodologiques :

Un des défis majeurs réside dans le contrôle des biais méthodologiques. En effet, la performance sociale et financière sont susceptibles d'interagir de manière endogène plutôt que d'établir une relation de cause à effet.

Peu d'études parviennent à prendre en compte ce risque d'endogénéité, par exemple en utilisant des variables instrumentales. Pourtant, c'est un élément clé pour établir la nature du lien entre les deux performances.

De plus, certains indicateurs de PS et PF sont souvent corrélés, posant des problèmes de multicollinéarité. Par exemple, la réputation et la profitabilité tendent à évoluer ensemble.

Ne pas traiter correctement ce biais peut conduire à identifier à tort un lien entre les variables. L'utilisation de méthodes économétriques avancées (panel dynamique, modèles simultanés...) reste sommaire.

Par ailleurs, les effets de la PS peuvent se matérialiser sur le long terme, via la fidélisation des clients ou l'innovation, mais les fenêtres d'analyses restent généralement courtes (1 à 3 ans).

Un meilleur contrôle de ces biais méthodologiques, en privilégiant des approches longitudinales notamment, permettrait de renforcer la validité des résultats.

2.3 Manque de variables critiques :

Il est à noter que peu d'études parviennent à intégrer de manière satisfaisante des variables qui pourraient modérer la relation entre performance sociale et performance financière.

Or certaines caractéristiques organisationnelles ou contextuelles sont essentielles pour comprendre quand et comment la PS impacte la PF

Par exemple, au-delà d'une certaine taille critique, les investissements en responsabilité sociétale sont plus facilement rentabilisables par des économies d'échelle.

Le pouvoir de marché d'une entreprise conditionne aussi sa capacité à imposer des coûts sociaux à ses fournisseurs ou à résister à d'éventuelles pressions externes.

Le degré de maturité d'une firme et sa structure actionnariale modulent probablement la façon dont elle articule création de valeur économique et sociale.

En négligeant ces facteurs modérateurs potentiellement clés, on passe à côté d'éléments d'analyse essentiels pour démêler les mécanismes sous-jacents à la relation.

Une meilleure prise en compte du rôle de ces variables permettrait de comprendre quand et comment les liens PS-PF fonctionnent.

2.4 Données imparfaites :

Les études empiriques sont contraintes par la qualité et l'imperfection des données utilisées.

Les mesures de performance financière (rentabilité, Q de Tobin...) peuvent varier selon les méthodes comptables. Elles ne reflètent pas toujours fidèlement la création de valeur économique sur le long terme.

Les indicateurs extra-financiers mobilisés (notations ESG, KPIs...) présentent également des limites. Ils manquent parfois de finesse pour appréhender la performance sociale réelle. De plus, leur collecte n'est pas toujours systématique ou homogène selon les entreprises.

Les biais liés aux options méthodologiques des agences émettrices sont difficiles à contrôler.

L'asymétrie dans la disponibilité et la qualité des données selon les secteurs ou les régions complique la comparabilité des résultats.

Enfin, certains effets de la responsabilité sociétale sont difficilement quantifiables (bien-être des employés par exemple).

L'imperfection des mesures constituent donc une limite majeure, d'autant plus qu'elle n'est pas toujours correctement traitée dans les analyses empiriques.

Conclusion

Les théories présentées dans cet article sur les liens entre performance sociale et financière des entreprises soulignent la complexité de cette relation. En effet, si certains courants comme la théorie des parties prenantes ou celle des ressources présentent des arguments conceptuels solides en faveur d'un impact positif de la RSE sur la performance financière, les résultats empiriques existants restent mitigés et dépendent fortement du contexte.

Il apparaît donc essentiel d'approfondir les recherches empiriques sur ce sujet dans le cas spécifique du Maroc. En effet, le contexte économique, réglementaire et institutionnel marocain présente des spécificités qui sont susceptibles d'influencer la nature du lien entre responsabilité sociale et rentabilité des entreprises. Or, très peu d'études se sont pour l'instant penchées sur cette thématique dans ce pays, malgré le développement croissant des démarches RSE au sein des sociétés marocaines.

Des recherches longitudinales sur de larges échantillons permettraient d'analyser de manière approfondie l'impact de la RSE sur la performance financière sur le long terme, en prenant en compte l'évolution des contextes. Il serait notamment pertinent d'intégrer des variables modératrices telles que la taille d'entreprise, le secteur d'activité ou encore la maturité de la politique RSE, qui sont susceptibles d'influencer la force et le sens du lien étudié.

Par ailleurs, l'élaboration d'indicateurs adaptés au contexte pour mesurer à la fois la performance sociale déployée et les résultats financiers obtenus sur différentes périodes est cruciale pour affiner l'analyse des effets réciproques entre ces deux dimensions.

En définitive, approfondir les connaissances sur cette thématique dans le cas du Maroc permettrait d'éclairer à la fois la communauté académique en termes de compréhension théorique des mécanismes en jeu, et les acteurs économiques en termes de pilotage stratégique de leurs démarches RSE. Un tel programme de recherche empirique solide sur le long terme semble nécessaire pour dépasser l'ambiguïté des liens observés jusqu'à présent dans d'autres contextes et évaluer de manière contextualisée l'impact réel de la RSE sur la performance des entreprises marocaines.

Bibliographie

- 1) Backhaus, K., Stone, B., & Heiner, K. (2002). Exploring the relationship between social performance and employer attractiveness. *Business & society*, 41(3), 292-318.
- 2) Backhaus, K., Stone, B., & Heiner, K. (2002). Exploring the relationship between corporate social performance and employer attractiveness. *Business & Society*, 41(3), 292-318.
- 3) Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- 4) Brammer, S., & Pavelin, S. (2006). Corporate reputation and social performance: The importance of fit. *Journal of Management Studies*, 43(3), 435-455.
- 5) Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. University of Iowa Press.
- 6) Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2012). *Fundamentals of financial management*. Cengage Learning.
- 7) Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 32(3), 946-967.
- 8) Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- 9) Clarkson, M. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating. *Academy of Management Review*, 20(1), 92-117.
- 10) Commission européenne. (2001). *Livre vert: Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises*, Bruxelles.
- 11) Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13.
- 12) Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 65-91.
- 13) Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder perspective*. Pitman.
- 14) Melé, D. (2008). Corporate social responsibility theories. *The Oxford handbook of corporate social responsibility*, 44.
- 15) Nelling, E., & Webb, E. (2009). Corporate social responsibility and financial performance: The "virtuous circle" revisited. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 32(2), 197-209.

- 16) Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24(3), 403-441.
- 17) Porter, M. E., & Van der Linde, C. (1995). Toward a new conception of the environment-competitiveness relationship. *The Journal of Economic Perspectives*, 9(4), 97-118.
- 18) Richard, P. J., Devinney, T. M., Yip, G. S., & Johnson, G. (2009). Measuring organizational performance: Towards methodological best practice. *Journal of Management*, 35(3), 718-804.
- 19) Spence, M. (1973). Job market signaling. In *Uncertainty in economics* (pp. 281-306). Academic Press.
- 20) Swanson, D. L. (1995). Addressing a theoretical problem by reorienting the corporate social performance model. *Academy of Management Review*, 20(1), 43-64.
- 21) Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44(2-3), 95-105.
- 22) Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- 23) Williamson, O. E. (1985). *The economic institutions of capitalism*. Simon and Schuster.
- 24) Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718.
- 25) Wood, D. J. (2010). Measuring corporate social performance: A review. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 50-84.