

**Les facteurs institutionnels d'engagement des entreprises
tchadiennes dans la Responsabilité Sociale des Entreprises en
matière de changement climatique**

**Institutional factors in the commitment of Chadian companies to
Corporate Social Responsibility in relation to climate change**

MADJIDINGAM Ngarénon

Doctorant en Sciences de Gestion
Faculté des Sciences Economiques et de Gestion
Université de Ngaoundéré-Cameroun
Laboratoire de Comptabilité, Contrôle, Audit et Finance LA'CCAF
ngarenon@yahoo.fr

MAYEGLE NGO Nguidjol Solange

Docteur chargé des cours
Faculté des Sciences Économiques et de Gestion
Université de Douala - Cameroun
solangemayegle@gmail.com

Date de soumission : 22/11/2023

Date d'acceptation : 04/01/2024

Pour citer cet article :

MADJIDINGAM.N & MAYEGLE NGO.N . (2024) «Les facteurs institutionnels d'engagement des entreprises tchadiennes dans la Responsabilité Sociale des Entreprises en matière de changement climatique», Revue Française d'Economie et de Gestion «Volume 5 : Numéro 1 » pp :366 – 394.

Author(s) agree that this article remain permanently open access under the terms of the Creative Commons

Attribution License 4.0 International License



Résumé

Dans un environnement concurrentiel de plus en plus complexe, caractérisé par la recrudescence des catastrophes naturelles liées au changement climatique, les entreprises doivent s'adapter à ce contexte en l'intégrant dans la mise en œuvre de démarches de Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE).

L'objectif de cet article est d'identifier les facteurs institutionnels qui expliquent l'engagement des entreprises dans la RSE en matière de changement climatique.

Ce travail a permis de construire un modèle de recherche au niveau institutionnel qui explique les motivations réelles d'engagement des entreprises tchadiennes dans la RSE en matière de changement climatique. Le choix de l'approche hypothético-déductive a été fait en adoptant la méthode non probabiliste. La régression logistique a été utilisée pour tester 59 entreprises tchadiennes opérant dans tous les secteurs d'activité. Les résultats ont partiellement confirmé nos hypothèses. Ainsi, l'engagement des entreprises dans la RSE en matière de changement climatique est motivé par : La peur de la réglementation, les attentes des clients et les subventions gouvernementales.

Mots clés : changement climatique ; RSE ; facteurs institutionnels ; engagement des entreprises ; motivations.

Abstract

In an increasingly complex competitive environment, characterized by the resurgence of natural disasters linked to climate change, companies must adapt to this context by integrating it into the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) approaches.

The aim of this article is to identify the institutional factors that explain companies' commitment to CSR in terms of climate change.

This work has made it possible to build a research model at the institutional level that explains the real motivations behind Chadian companies' commitment to CSR in terms of climate change. The choice of hypothetico-deductive approach was made by adopting the non-probabilistic method. Logistic regression was used to test 59 Chadian companies operating in all business sectors. The results partially confirmed our hypotheses. Thus, companies' commitment to CSR in relation to climate change is motivated by: Fear of regulation, customer expectations and government subsidy.

Keywords: climate change; CSR; institutional factors; companies' commitment; motivations.

Introduction

Les changements climatiques sont l'un des défis déterminants du XXI^e siècle dont la communauté internationale fait face et suscitent l'intérêt des gouvernements, des chercheurs et des acteurs économiques dans toutes les régions du monde. Il s'agit d'un problème planétaire : la montée de problèmes planétaires d'environnement et la gestion des risques qui leurs sont associés.

La concentration courante du CO₂ est à l'origine du changement climatique entraînant des conséquences néfastes sur la planète (Field, Banos, Mach et Mastrandrea, 2014). L'évolution du régime des précipitations et la fonte des glaces réduisant la qualité d'eau potable disponible peuvent être citées en exemple (Field et coll., 2014). La baisse des rendements agricoles et du nombre d'espèces animales impacte directement la vie des personnes dont les moyens de subsistance dépendent du capital naturel (Field et al., 2014).

C'est une certitude d'affirmer aujourd'hui que depuis l'ère industrielle, le réchauffement est causé par l'augmentation des émissions de gaz à effet de serre et qui n'est jamais arrivé depuis au moins 1400 ans ((Collins et al., 2013 ; Masson-Delmotte et al., 2013 ; Marcott et al., 2013). Les causes de cette crise sont dues à une défaillance du système de développement existant qui se caractérise par la maximisation du capital engagé (Gendron, 2012).

Ce modèle économique a légitimé la croyance selon laquelle le développement de la production et de la consommation incrémente le bien-être collectif (Harribey, 2002) et que les ressources naturelles étaient intarissables (Costa, 2008). L'intégration du volet environnemental dans le modèle d'équilibre général du marché a été possible grâce à la remise en cause des anciennes croyances (Gendron, 2012 ; Harribey, 2002).

Le contexte actuel nous incite à nous interroger sur les causes de la crise sociale et environnementale et à rechercher des solutions adaptées. En fait, les entreprises sont les acteurs vitaux de l'économie mondiale contribuant le plus à la dégradation de l'environnement. Elles devront donc jouer un rôle important dans la résolution des problèmes de développement durable tels que le changement climatique, la dégradation de l'environnement et les inégalités sociales (Hansen et Grosse-Dunker, 2012). Les entreprises représentent le moyen le plus efficace de surmonter les crises environnementales, sociales, politiques et économiques car elles disposent des ressources, des technologies, des compétences et de la motivation nécessaires au développement durable (Elkington, 1997).

Généralement, l'objectif principal de toute entreprise était la maximisation du profit. De nos jours les dirigeants fixent d'autres objectifs à l'entreprise : le profit à long terme plutôt qu'à

court terme, la rémunération des actionnaires, l'image de marque, le développement de l'entreprise et le respect de l'environnement (Boiral, 2006).

L'un des domaines dans lequel le changement climatique existe pour le secteur des entreprises est celui des actions volontaires telles que la RSE.

En fait, le changement climatique est devenu « le problème le plus important et urgent de la responsabilité sociale ou sociétale des entreprises » (Rosen-Zvi, 2011).

. Un état des lieux rapide du concept de la responsabilité sociétale ou sociale de l'entreprise (RSE), dans ses différentes approches (Merlin-Brogniart (C), Depret (M.H.) (S.D)), constitue néanmoins un préliminaire utile à son examen en matière de changement climatique.

Les entreprises sont souvent incitées par de multiples niveaux de motivations pour intégrer la RSE comme un objectif principal et une priorité.

Cependant, le sujet de la RSE et de ses motivations d'intégration au sein des entreprises notamment dans son aspect environnemental est peu traité dans la littérature dans les pays en voie de développement où les entreprises évoluent dans un climat institutionnel et réglementaire avec moins de contraintes. De ce fait, nous examinerons dans cette étude, les déterminants institutionnels qui motivent l'engagement des entreprises dans la RSE en matière de changement climatique au Tchad. En d'autres termes quels sont les déterminants institutionnels qui motivent l'engagement des entreprises tchadiennes dans la RSE en matière de changement climatique ? Cet article a pour objectif d'identifier les motivations institutionnelles d'engagement RSE en matière de changement climatiques des entreprises tchadiennes. Pour y parvenir, nous allons définir au premier lieu, les concepts de la RSE et du changement climatique puis examiner la responsabilité sociale dans le contexte tchadien. Au second lieu, nous allons aborder la modélisation théorique des motivations d'intégration de la RSE. En fin, nous exposons les résultats et discussion.

1. Revue de la littérature

1.1. Définitions

1.1.1. Définition du concept de la RSE

L'absence d'une définition impartiale et robuste après tant d'efforts de construction (McWilliams & Siegel, 2001 ; Henderson, 2001 ; Googins, Mirvis & Rochlin, 2007 ; Dahlsrud, 2008), la RSE est souvent comprise comme synonyme de développement durable, l'entreprise citoyenne (Matten et Crane, 2005) et performance sociale des entreprises (Carroll, 1979). Même si l'absence de définition concertée indique parfois l'imaturité du concept et de ses ambitions (Brammer et al., 2012), l'idée la plus répandue de la RSE serait l'intégration volontaire des

aspects sociaux et environnementaux des activités des entreprises et la gestion des relations de l'entreprise avec les parties prenantes. C'est le processus par lequel une entreprise exprime et développe sa prise de conscience sociale (Rupp et al., 2006).

Cette diversité des significations et des approches tient notamment au fait que la question de la RSE est influencée non seulement par les évolutions théoriques, mais aussi par des considérations politiques, sociales et managériales (Lockett et al., 2006).

A travers les différentes définitions présentées dans la littérature, les critères suivants semblent converger :

- ◆ La RSE est un engagement volontaire (unilatéral, multilatéral, etc.). En fait, les entreprises doivent dépasser les contraintes réglementaires ;

- ◆ La RSE n'est pas et ne doit pas être séparée du profit, de la stratégie et des opérations commerciales car il s'agit d'intégrer les préoccupations sociales dans la stratégie et les opérations. En effet, une entreprise qui ne fait pas de profit est appelée à disparaître, la RSE doit donc rimer avec amélioration de l'efficacité économique pour atteindre l'objectif de développement de l'entreprise ;

- ◆ La RSE comprend des objectifs sociaux et environnementaux ;

- ◆ La RSE consiste à renforcer les relations et les interactions d'une entreprise avec ses parties prenantes internes et externes (salariés, clients, voisins, organisations non gouvernementales, autorités, actionnaires, etc.).

De tout ce qui précède et nous basant de la définition proposée par la commission européenne selon laquelle « la responsabilité sociale est le concept dans lequel les entreprises intègrent les préoccupations sociales, environnementales, et économiques dans leurs activités et dans leurs interactions avec leurs parties prenantes sur une base volontaire » afin de circonscrire le sujet, nous proposerons alors la définition suivante : « **La RSE, est la prise en compte par les entreprises, sur base volontaire, et parfois juridique, des enjeux, environnementaux, sociaux, économiques et éthiques dans leurs activités afin d'avoir un impact positif sur la société.** » -

1.1.2. Changement climatique

Même si le changement climatique reste un sujet de débats et de controverses, il reste un concept très difficile à définir en raison de sa complexité et des incertitudes spatiales et temporelles qui y sont associées. Néanmoins, trois niveaux d'acceptation peuvent être définis :

✚ D'après la Convention Cadre des Nations-Unies sur les changements climatiques (CCNUCC) : son article I, définit les changements climatiques comme, « des changements qui sont attribués directement ou indirectement à une activité humaine altérant la composition de l'atmosphère mondiale et qui viennent s'ajouter à la variabilité naturelle du climat observée au cours des périodes comparables » (CCNUCC, 1998, art I).

✚ Selon le Groupe des experts Intergouvernementaux sur l'Évolution du Climat (GIEC) : les changements climatiques sont « des variations statistiques indicatives de l'état du climat ou de sa variabilité persistant pendant une période prolongée (généralement des décennies ou plus). Les changements climatiques peuvent être dus à des processus internes naturels ou à des forçages externes, ou encore à la persistance des variations anthropiques de la composition de l'atmosphère ou de l'utilisation des sols » (GIEC, 2001) ;

En effet, dans son rapport de 2014, Changements climatiques 2014 : Incidences, adaptation et vulnérabilité – Résumé à l'intention des décideurs, le GIEC le définit comme une : « Variation de l'état du climat (...) qui persiste pendant une longue période, généralement pendant des décennies ou plus. Les changements climatiques peuvent être dus à des processus internes naturels ou à des forçages externes, notamment les modulations des cycles solaires, les éruptions volcaniques ou des changements anthropiques persistants dans la composition de l'atmosphère ou dans l'utilisation des terres »(GIEC, 2014).

1.1.3. RSE en matière de changement climatique

Dans le cadre de cette recherche, nous définissons la RSE en matière de changement climatique comme : « **la prise en compte par les entreprises, sur base volontaire, et parfois juridique, des enjeux, environnementaux, sociaux, économiques et éthiques dans leurs activités afin d'avoir un impact positif sur la société tout en transformant les menaces de changement climatique en opportunité économique.** »

1.1.4. Charte de la Responsabilité sociale et/ou environnementale

Une charte « est un écrit officiel, solennel qui contient des règles, lois fondamentales d'une entité (entreprise, organisation, groupe etc.). Il symbolise un ou plusieurs engagements que prend cette entité : par cet écrit, cette dernière s'engage à respecter un certain nombre de choses prévues au sein de ce document » (<https://www.label-emplitude.fr/articles/25662/charte-rse> consulté le 02/08/2022).

Ainsi la Charte de la Responsabilité Sociale/Sociétale de l'entreprise (RSE) définit un certain nombre d'engagements en accord avec la responsabilité sociale et sociétale des entreprises que l'entreprise signataire de la charte s'engage à respecter. Elles sont l'occasion pour les

entreprises de formaliser davantage leur démarche RSE mais aussi d'établir de manière claire et ostensible leur engagement volontaire envers les problématiques sociales et environnementales. Autrement dit, la charte est un document qui représente et met en évidence les engagements RSE de l'entreprise ou de l'organisation (<https://www.label-emplitude.fr/articles/25662/charte-rse> consulté le 30 juillet 2022)

1.2. Les principales approches théoriques mobilisées

1.2.1. Théorie néo-institutionnelle

La théorie néo institutionnelle (TNI) est devenue une théorie dominante dans le champ des organisations et du management stratégique pendant les trois dernières décennies (Greenwood et al., 2008). Sa source est d'expliquer les activités des organisations dans leur environnement à travers la culture et la cognition collective (DiMaggio, 1997).

1.2.2. Théorie des parties prenantes

La théorie des parties prenantes est au centre d'intérêt de la littérature managériale depuis plusieurs années. Cette théorie était une réponse au défi de l'instabilité de l'environnement.

C'est un nouveau fondement d'opportunité stratégique pour les gestionnaires.

La publication de l'ouvrage de Freeman en 1984 semble être le point de départ de premières réflexions autour du concept stakeholders (Mercier, 2006).

Les parties prenantes sont définies comme "tout individu ou un groupe d'individus qui peut affecter ou être affecté par la réalisation des objectifs organisationnels" (Freeman, 1984, cité par Mercier, 2006).

1.3. La responsabilité sociale des entreprises (RSE) au Tchad

Le concept de RSE est peu connu par tous les acteurs économiques au Tchad. Cela est dû au fait que ce concept est moins vulgarisé. Les faiblesses de la RSE au Tchad s'expliquent par plusieurs raisons. La faible implication de l'Etat pour sensibiliser et former d'une part et motiver d'autre part les acteurs économiques. Il n'existe pas d'obligation législative mais néanmoins le cadre législatif et règlementaire prévoit des sanctions pour le non-respect de certaines de ces lois et règlements.

1.3.1. Le cadre législatif et règlementaire de la Responsabilité Sociale des Entreprises au Tchad¹

Le cadre juridique et règlementaire ne s'appuie pas directement aux politiques de responsabilité sociale des entreprises ou de contenu local. Toutefois, les exigences relatives aux dispositions

¹ <https://tchadinfos.com/tchad/la-responsabilite-sociale-des-entreprises-au-tchad/> consulté le 20/06/2021

à savoir la protection et la gestion de l'environnement, la politique de recrutement du personnel, les préférences aux entreprises locales, l'investissement dans les secteurs prioritaires sont des pratiques de responsabilités sociales et de contenu local.

En effet, le Tchad accorde beaucoup d'intérêt à l'amélioration des aspects juridiques en matière de gestion de l'environnement. Ainsi, il existe une Loi sur l'environnement et d'autres textes législatifs et réglementaires nationaux dans les domaines distincts touchant l'environnement. En outre, le pays adhère à de nombreux accords, traités et conventions internationales

1.3.2. Institutions et programmes environnementaux tchadiens

Le Tchad a pris de nombreux engagements internationaux en tant que Partie à la CCNUCC. Il a, en outre, adopté un corpus substantiel de documents stratégiques et de textes normatifs. Il s'agit des traités et accords internationaux, les instruments programmatiques de lutte contre les changements climatiques.

1.4. Etat de l'art et construction d'un modèle de recherche

1.4.1. Engagement des entreprises dans la RSE : Etat de l'art

Les entreprises évoluent dans un environnement marqué par la coexistence d'une diversité d'acteurs envers lesquels elles ont des engagements sociétaux.

Cet engagement peut se baser sur le pilier de l'écologie, du social ou du sociétal (Reynaud et al., 2006). Pour cela, il est important de comprendre les raisons qui poussent les entreprises à s'engager dans la lutte contre le changement climatique à travers la RSE.

Les recherches sur les motivations de l'engagement dans la RSE et sur la RSE évoluent au même rythme. Ces derniers ont identifié les motivations liées à des disciplines spécifiques tels que le marketing, la gestion des ressources humaines et la performance financière d'une part, des motivations plus spécifiques, à l'exemple, des avantages concurrentiels (Cheryl et al., 2010), les subventions étatiques (Chan et Wong 2006), la crainte des sanctions dû au non-respect de la réglementation d'autre part (Givel, 2007).

1.4.2. Construction d'un modèle de recherche

Dans le but de définir les motivations qui poussent les entreprises à intégrer la responsabilité sociale, nous allons nous baser sur l'identification des motivations au niveau institutionnel pour construire notre modèle de recherche.

En effet, le niveau institutionnel (niveau externe) est composé des approches théoriques intégratives et une partie des approches instrumentales identifiées dans le modèle de Garriga et Mele (2004). Ce niveau comprend les motivations et les pressions externes à l'entreprise qui influencent l'engagement dans la RSE.

Au niveau institutionnel, notre modèle de recherche regroupe les motivations ci-après : la législation, les avantages concurrentiels, les attentes des clients, les subventions de l'État, la pression des organisations non-gouvernementales, la pression des médias.

La législation est un facteur déterminant la motivation d'engagement dans la RSE en matière de changement climatique.

Selon la littérature, l'un des auteurs qui a tenté de comprendre les raisons pour lesquelles les entreprises se comportent de plus en plus socialement responsables note que les gouvernements sont des facteurs importants influençant grandement les organisations (Aguilera 2007).

Étant donné que les gouvernements disposent d'un grand pouvoir pour imposer des sanctions aux entreprises qui ne respectent pas les normes de l'industrie, les pratiques éthiques pourraient aider à échapper aux pressions gouvernementales (Joyner, 2002).

Dans le cadre de ce travail de recherche, la motivation est définie : les règles et lois applicables qui poussent les entreprises à intégrer la RSE. Cette motivation est composée par deux dimensions : la crainte des sanctions et l'attente de nouvelles lois susceptibles d'être élaborées par l'État, (Schwartz et Carroll, 2003). Les motivations réglementaires sont liées aux exigences légales liées à l'environnement, à la santé et à la sécurité (Quairel et Auberger, 2005). En fait, les restrictions réglementaires croissantes dans certains pays encouragent les entreprises à s'engager dans la RSE en matière de changement climatique.

Selon une étude sur l'impact économique de la réduction des gaz à effet de serre aux États-Unis, l'introduction de taxes carbone et d'un système d'échange de droits d'émission pour atteindre les objectifs du protocole de Kyoto aurait donc des effets positifs sur la compétitivité et l'emploi (Krause, Decanio, Hoerner & Baer, 2002, 2003). Cela nous conduit vers l'hypothèse suivante :
H01 : La crainte de la réglementation aurait une influence positive l'engagement des entreprises dans la RSE en matière de changement climatique.

L'engagement dans la RSE en matière de changement climatique peut présenter une source d'avantage concurrentiel.

Selon Bansal et Roth (2000), les avantages concurrentiels sont les moyens de différencier les produits, de réduire les coûts, d'anticiper les nouvelles réglementations, d'obtenir un produit de qualité, etc. que les entreprises acquièrent grâce à leur engagement en matière de RSE.

Par conséquent, l'obtention de nouveaux avantages concurrentiels face à ses concurrents est l'une des sources de motivation des entreprises à s'engager dans la RSE en matière de changement climatique.

L'objectif principal des entreprises est d'avoir un avantage concurrentiel. Un chef d'entreprise japonais a déclaré que « Les entreprises qui ont rivalisé sur le prix et la qualité, rivalisent maintenant davantage sur les questions environnementales, qui peuvent acquérir des avantages concurrentiels » (Cheryl et al., 2010).

Les activités environnementales représentent un moyen pour les entreprises de se différencier de la concurrence en fournissant un nouvel élément perçu comme unique par les consommateurs. A cet effet, des produits présentant certaine caractéristique pro environnementale peuvent être lancés sur le marché : peintures sans mercure, détergents sans phosphate, essence sans plomb. Etc. L'objectif principal de ces activités est de gagner des parts de marché. Cette stratégie peut contribuer à attirer et à fidéliser des clients plus intéressés par les questions environnementales.

De manière générale, une étude du PNUE (2013) montre que les entreprises qui sauront s'adapter aux mutations environnementales et saisir les opportunités offertes par l'économie verte bénéficieront d'un avantage concurrentiel.

C'est fort de ce constat que nous formulons notre deuxième hypothèse :

H02 : Les avantages concurrentiels auraient une influence positive l'engagement de l'entreprise dans la responsabilité sociale en matière de changement climatique.

Les clients de plus en plus soucieux de l'environnement exercent une pression sur les entreprises pour que celles-ci réduisent leurs impacts environnementaux et divulguent les informations concernant leurs engagements RSE en matière de changement climatique.

Selon Freeman, « plusieurs acteurs exercent des pressions sur la firme en vue de protéger et de favoriser leurs propres intérêts », Selon Freeman, « plusieurs acteurs exercent des pressions sur la firme en vue de protéger et de favoriser leurs propres intérêts », (Freeman 1984 ; cité par Dontenwill 2005).

Cette motivation incite donc les entreprises à s'engager dans la RSE visant à répondre aux attentes de leurs clients. Cette motivation est l'une des plus courantes dans la littérature sur les motivations d'engagement dans la RSE (Sen et Bhattacharya, 2001 ; Maignan et Ferrell, 2003 ; Pivato et al., 2008).

Parmi les parties prenantes les plus importantes, les clients sont considérés comme les plus critiques puisqu'ils permettent aux entreprises d'obtenir de la performance économique à travers leurs achats (Saeidi et al., 2015). Au cours des dernières décennies, les clients sont de plus en plus conscients des enjeux environnementaux et sont des acteurs dont la présence

influence indéniablement le comportement environnemental des entreprises (Delmas et Toffel, 2004). Ce constat théorique, nous conduit à formuler l'hypothèse suivante :

H03 : Les attentes des clients influenceraient positivement l'engagement de l'entreprise dans la responsabilité sociale en matière de changement climatique.

Selon l'OCDE (2003), une subvention : « [...] résulte d'une mesure gouvernementale qui confère un avantage aux consommateurs ou aux producteurs, en vue d'augmenter leurs revenus ou d'abaisser leurs coûts (OCDE, 2003, p.215).

En effet, les subventions sont un des instruments utilisés par les gouvernements pour atteindre des objectifs politiques, sociaux et environnementaux. Il existe différentes formes de subventions qui poussent les entreprises à s'engager dans la RSE. Ces subventions peuvent être sous forme financières, humaines ou autres.

Définit par l'OCDE (Donohue, 1998) « toute mesure conduisant à garder les prix pour les consommateurs en dessous de leurs coûts, ou pour les producteurs au-dessus du niveau de marché ou encore qui réduit les coûts pour les deux » (Donohue, Michael (2008).

En effet, pour inciter les entreprises à s'engager dans la RSE en matière de changement climatique, l'Etat peut employer des subventions pour le déploiement d'équipements non polluants ou de technologies propres en complément des taxes environnementales qui pèsent sur les technologies à remplacer, pour les aider à surmonter les barrières à l'entrée.

Les études empiriques dans ce domaine ont identifié un lien positif entre les subventions financières de l'Etat et l'engagement dans la RSE, à l'exemple de l'étude menée par Santos (2011) qui a reconnu le rôle des subventions dans l'engagement des entreprises dans les démarches environnementales et sociales volontaires. Cela nous conduit vers la quatrième hypothèse :

H04 : La subvention de l'Etat aurait une influence positive l'engagement de l'entreprise dans la responsabilité sociale.

En effet, la pression exercée par les ONG pousse les entreprises à s'engager dans la RSE en matière de changement climatique.

Les ONG sont vues comme étant les « chiens de garde » des intérêts de la société. Elles sont devenues en quelques décennies, des acteurs incontournables dans la problématique environnementale.

Selon le baromètre de confiance 2016 réalisé par Edelman, les ONG, parmi les quatre acteurs évalués (ONG, entreprises, médias et gouvernement), bénéficient de la confiance du plus grand nombre de personnes.

Les ONG incarnent une sorte de boussole de la morale et de chien de garde de l'éthique contre les forces gouvernementales et le capitalisme (Gray & Stites, 2013).

L'attitude des ONG environnementalistes était principalement celle de la confrontation, il n'était pas question de collaborer avec les plus gros pollueurs de la planète. Il s'agissait de bannir et d'interdire strictement les substances polluantes et selon Klein (2014/2016), c'est grâce à cela que le mouvement environnementaliste a remporté de nombreuses victoires.

Dans leur stratégie de confrontation, les ONG ont acquis une puissance de déstabilisation menaçante pour les entreprises.

D'après Bansal et Roth (2000), la pression de l'ONG aura une incidence sur l'entreprise d'une manière ou d'une autre. C'est fort de constat que nous formulons l'hypothèse suivante :

H05 : La pression des ONG aurait une influence positive l'engagement des entreprises dans la RSE en matière de changement climatique.

Le rôle joué par les médias a été un facteur déterminant dans l'évolution de la RSE (Gond & Igalens, 2016).

Les médias disposent de plusieurs leviers pour exercer une pression sur les entreprises en faveur de la RSE en matière de changement climatique. Ces principaux leviers sont d'une part l'information et d'autre part la réputation.

En effet, les médias s'appuient sur le levier informationnel, c'est-à-dire, sur les informations qu'ils fournissent sur les entreprises aux parties prenantes (Johnson et al., 2005 ; Jennifer et al., 2009 ; Nguyen-Dang, 2009). Les médias contribuent de manière significative à remplir le « droit d'être informé » en signalant, par exemple, le processus d'élaboration des politiques publiques, l'exposition des actes corrompus, la création de l'opinion publique et la sensibilisation générale (Azmat & Samaratunge, 2009). Ils ont donc récemment émergé comme un intervenant crucial pour accélérer la RSE des multinationales sur le marché mondial et promouvoir la bonne gouvernance et les pratiques commerciales responsables et exprimer les préoccupations de la communauté (Azmat & Samaratunge, 2009).

Ils permettent également d'aviser les ONG et d'autres parties prenantes de la manière dont les acteurs prennent en considération leurs attentes.

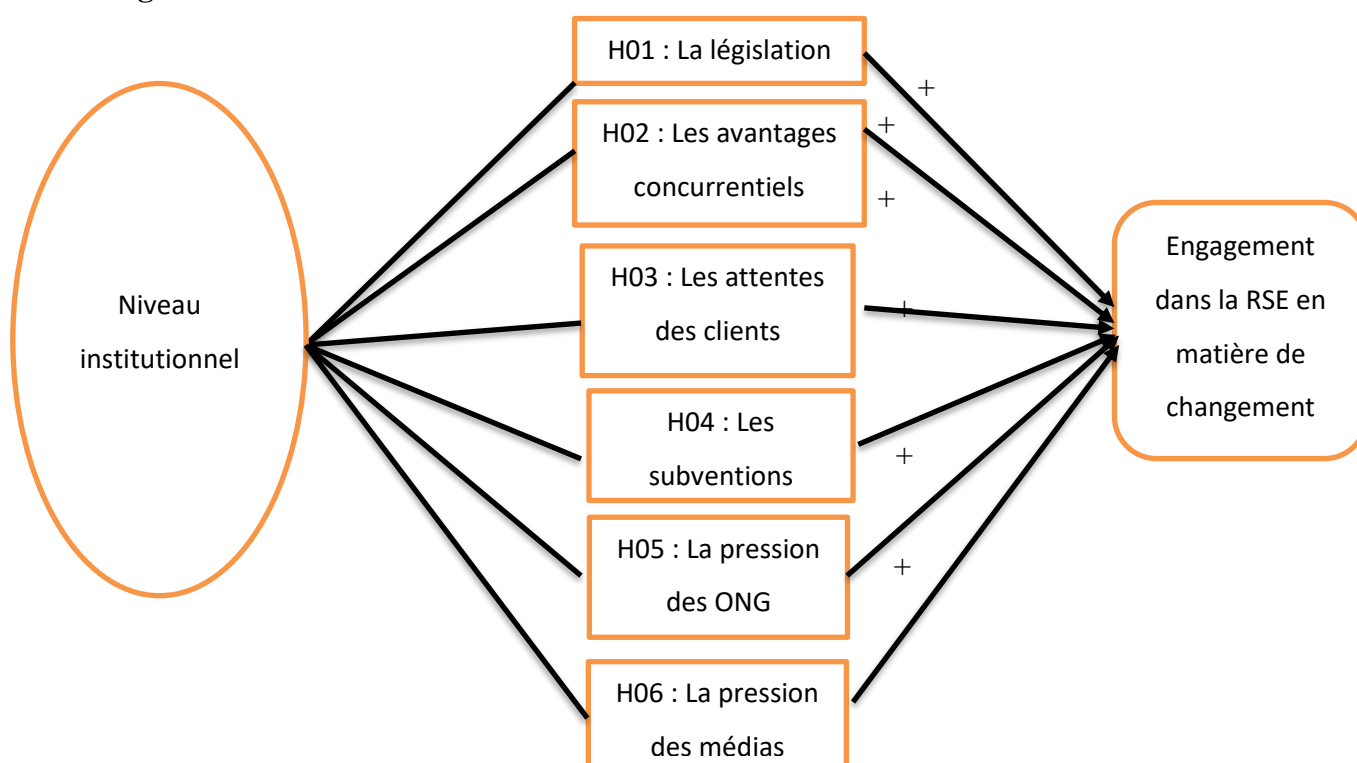
Ainsi les médias sont capables donc de façonner et de modérer le comportement sociétal des acteurs (Wood, 1991 ; Greening et Gray, 1994 ; Weaver et al, 1999). Selon Weaver et al. (1999) l'attention critique des médias pousse les acteurs, et en particulier les entreprises, à agir de manière à préserver sa légitimité en adoptant des comportements en faveur de la RSE.

Les médias à travers leurs pressions imposent à l'entreprise de soigner sa réputation et les attributs liés, sa notoriété et son image.

L'étude réalisée par Carroll et Shabana (2010), sur 367 entreprises aux Etats-Unis entre 2000 et 2004 a révélé pratiquement les mêmes résultats que l'étude menée par Reverte (2008) en Espagne, où les médias sont des déterminants qui influencent l'engagement des entreprises dans la RSE. Ce constat nous amène à formuler l'hypothèse suivante :

H06 : La pression des médias aurait une influence positive l'engagement de l'entreprise dans la RSE en matière de changement climatique.

Figure N° 1: Modèle de recherche



Source : Auteur.

1.4.3. Synthèse des travaux

En synthèse des différents travaux antérieurs utilisés dans le cadre de cette recherche, nous citerons quelques auteurs. Ainsi, pour le concept de la RSE, il y a deux courants de pensée : Ceux qui admettent que la RSE est de faire uniquement du profit sont illustrés par les travaux des auteurs comme Friedman (1970 ; Cité par Gond, 2010 ; p. 14), Drucker (1984 ; Cité par Gond, 2010 ; p. 17) etc... L'autre courant qui soutient que la maximisation du profit n'est plus l'unique objectif mais les entreprises doivent avoir plusieurs autres objectifs comme profit plutôt à long terme qu'à court terme, rémunération des actionnaires, image de marque, croissance de l'entreprise et respect de l'environnement. Les auteurs qui ont épousé ce courant

à travers leurs travaux sont entre Brammer et al., 2012 ; Matten et Moon, 2008 (Boiral, 2006), Albinger et Freeman 2000 ; Backhaus et al., 2002 ; Greening et Turban 2000 etc...

En ce qui concerne le concept du changement climatique, plusieurs travaux ont été utilisés à savoir les rapports des différents groupes de travail de GIEC, les documents de travail de l'OCDE sur l'environnement N°39. D'autres travaux qui essaient d'expliquer comment les changements climatiques peuvent créer des risques et des opportunités pour une organisation donnée. On peut citer : Hoffman (2006, 2008), (Hoffman, 2006 ; Hoffman et Woody, 2008). Packard et Reinhardt (2000).

Les travaux des auteurs relatifs aux différentes approches (théoriques, éthiques, instrumentales et politiques) qui contribuent à expliquer les engagements des entreprises ont été utilisés. Parmi ces auteurs on peut citer entre autres : les travaux de recherche de Garriga et Mele (2004), (Davis, 1973 ; Donaldson et Dunfee, 1994 ; Andriof et McIntosh, 2001 ; Wood et Lodgson, 2002 ; Matten, Crane et Chappie, 2003).

2. METHODOLOGIE DE RECHERCHE

La méthodologie de notre travail de recherche repose sur une démarche quantitative mobilisant un échantillon d'entreprises de petite, moyenne et de grande taille appartenant à tous les secteurs d'activité.

A cet effet, nous avons effectué une étude qualitative exploratoire, qui nous a permis d'appréhender notre terrain de recherche. Le questionnaire a été administré en majorité en face à face. Cette procédure nous a permis de contacter 200 entreprises sur l'ensemble des principales villes tchadiennes. Ce processus a permis de collecter 59 questionnaires exploitables donnant un taux de réponse de 29,5%.

Ainsi, après cette phase, nous avons vérifié la fiabilité et la validité des données recueillies puis nous avons choisi, la régression logistique qui semble être la plus compatible pour tester les hypothèses de ce travail de recherche.

2.1. La population d'étude et l'unité d'enquête

2.1.1. La population d'étude

La population d'étude de notre recherche est constituée de Grandes et Moyennes entreprises de tout secteur d'activité privée et publique opérant au Tchad.

En effet, la Direction Générale des Impôts (DGI) nous a fourni une liste mise à jour en décembre 2018 constituée de 308 Grandes et Moyennes entreprises de tout secteur d'activité privée et publique opérant au Tchad.

2.1.2. L'unité d'enquête

L'unité d'enquête renvoie aux personnes auprès desquelles les informations recherchées sont recueillies. Il s'agit d'identifier au sein de ces entreprises, la ou les personne (s) susceptibles de nous apporter des informations pertinentes qualifiée (s) d'unité d'enquête déclarante ou encore répondant. Ces entreprises étant celles qui sont susceptibles de s'engager dans la RSE en matière de changement climatique relevant de tous les secteurs, d'activité. Ainsi notre unité d'enquête est constituée des PDG, Gestionnaires, Comptable, etc.

2.1.3. La méthode de sondage

Nous avons retenu dans le cadre de cette recherche, la méthode non probabiliste de convenance et de choix raisonné. La méthode retenue permet d'éliminer la subjectivité de la démarche et repose principalement sur le jugement. En tenant compte des difficultés d'avoir une liste exhaustive des entreprises à jour constituant notre base de sondage, la méthode de convenance permet d'intégrer en fonction des opportunités, certaines entreprises non sélectionnées préalablement. Etant donné que cette liste a été mise à jour en décembre 2018, parmi les 308 entreprises 200 sont accessibles. Ainsi notre base de sondage est constituée 200 entreprises.

3. Résultats et discussion

3.1. Résultat de l'analyse

3.1.1. La significativité du modèle de recherche

La mise en œuvre de la régression logistique à travers le logiciel IBM SPSS donne les résultats suivants :

Tableau N° 1: Récapitulatif des traitements des observations

Récapitulatif de traitement des observations			N	Pourcentage
Observations non pondérées ^a				
Observations sélectionnées	Incluses dans l'analyse		50	84,7
	Observations manquantes		9	15,3
	Total		59	100,0
Observations non sélectionnées			0	,0
Total			59	100,0

a. Si la pondération est active, consultez la table de classification pour connaître le nombre total d'observations.

Source : élaboré sur base des données d'enquête et à l'aide du logiciel SPSS

A travers le tableau 1 qui récapitule l'ensemble des traitements, il ressort que le logiciel a pris en compte 50 observations, sur les 59, avec une moyenne de 84,7% des observations incluses dans l'analyse.

Tableau N° 2: tableau de classement (PAS 0 Départ)

Table de classification^{a,b}

		Prévisions
Observations		Pourcentage correct
ENRSECC	Pas d'engagement	,0
	Engagement	100,0
Pourcentage global		92,0

a. La constante est incluse dans le modèle.

b. La valeur de coupe est ,500

Source : élaboré sur base des données d'enquête et à l'aide du logiciel SPSS

Le « PAS 0 » restitue des informations sur le niveau institutionnel du modèle, qui ne comporte que la constante et aucune variable explicative. C'est en quelque sorte, le point de référence.

Le tableau de classement permet de voir comment le modèle reclasse les observations de la variable dépendante entre ses deux catégories : les entreprises qui se sont engagées et les entreprises qui ne sont pas engagées dans la RSE. Sans variable explicative, on n'arrive à classer correctement que 92.0% des observations. Par ailleurs, en suivant cette stratégie de prédiction, nous aurons 92.0% de prédictions correctes.

Tableau N° 3: La significativité du modèle au niveau institutionnel

Variables absentes de l'équation

			Score	ddl	Sig.
Pas 0	Variables	LEGA	,011	1	,917
		LEGB	1,013	1	,314
		ATCL	2,831	1	,092
		SUB	2,508	1	,113
		PONGB	,005	1	,944
	Statistiques générales		5,618	5	,345

Source : élaboré sur base des données d'enquête et à l'aide du logiciel SPSS

Le tableau 3 ci-dessus communique des informations sur notre modèle et les variables explicatives, qui ne sont pas encore dans le modèle mais qui seront introduite dans la prochaine étape.

Tableau N° 4: Test de Hosmer et Lemeshow**Test de Hosmer et Lemeshow**

Pas	Khi-deux	ddl	Sig.
1	3,363	8	,910

Source : élaboré sur base des données d'enquête et à l'aide du logiciel SPSS

Le tableau 4 relatif au Test de Hosmer et Lemeshow montre qu'il existe bien une différence significative entre les valeurs observées et les valeurs prédites par le modèle. De plus, en quoi le modèle offre un meilleur ajustement que le modèle vide (sans les variables explicatives).

L'hypothèse de nullité (H_0 : bon ajustement) est acceptée si la P-value est supérieure à 5%. En conséquence, dans notre modèle, l'hypothèse H_0 est acceptée.

L'ajustement du modèle est acceptable au seuil de 5% car la significativité du Chi-deux à 8 degrés de liberté (ddl) vaut 0,910 soit 91%. En plus de cela, la distance entre les fréquences observées et prédites au moyen du Chi-deux est petite (3,363). Le modèle est performant.

Tableau N° 5: Tests de spécification du modèle**Tests composites des coefficients du modèle**

		Khi-deux	ddl	Sig.
Pas 1	Pas	10,781	5	,056
	Bloc	10,781	5	,056
	Modèle	10,781	5	,056

Source : élaboré sur base des données d'enquête et à l'aide du logiciel SPSS

Tableau N° 6: Récapitulatif des modèles**Récapitulatif des modèles**

Pas	Log de vraisemblance -2	R-deux de Cox et Snell	R-deux de Nagelkerke
1	17,096 ^a	,194	,454

a. L'estimation s'est arrêtée à l'itération numéro 8, car le nombre de modifications des estimations du paramètre est inférieur à ,001.

Source : élaboré sur base des données d'enquête et à l'aide du logiciel SPSS

La valeur dite du « moins 2 log vraisemblance » (en anglais -2 log likelihood, parfois abrégé-2LL) est conçue pour mesurer de l'écart entre les valeurs de Y calculées à partir du modèle et les valeurs de Y telles qu'observées. Ainsi, l'ajustement du modèle est d'autant meilleur que sa vraisemblance est forte, et que donc son -2LogLikelihood est petit.

En revanche, ce qui importe ici, ce n'est pas la valeur en soi de cette mesure mais la différence des valeurs entre deux modèles pour savoir si cette différence est significative.

Nous avons réalisé le test de Khi2, avec un degré de liberté égal à la différence du nombre de paramètres entre les deux modèles. En comparant les deux, le modèle du PAS 1 avec les variables indépendantes au modèle vide PAS 0 (sans variable indépendante) la valeur du « moins 2 log vraisemblance » pour le modèle au PAS 1 est de 17,096. La différence de cette valeur avec celle calculée pour le modèle vide est de 10,781.

Nous avons fait recours au test de R^2 pour vérifier la force de cette variance. Ainsi, le R^2 de Nagelkerke mesure la force de l'association et fournit un indice de l'ajustement au modèle. Il représente un estimé de la variance expliquée par le modèle. Plus leur valeur est élevée, plus la probabilité prédite par le modèle s'approche de la valeur observée.

Au regard du tableau 6, la valeur de R^2 est égale 0,454 un pourcentage acceptable, notamment dans le cas d'une étude exploratoire. Le modèle de notre recherche explique à 45 % la variance de la variable dépendante qui est l'engagement dans la RSE en matière de changement climatique « ENRSECC ». En d'autres termes, notre modèle explique à 45% de l'engagement des entreprises tchadiennes dans la RSE en matière de changement climatique.

Tableau N° 7: Table de classification

Observations			Prévisions	
			Pourcentage correct	
Pas 1	ENRSECC	Pas engagement	50,0	
		Engagement	100,0	
Pourcentage global			96,0	

a. La valeur de coupe est ,500

Source : élaboré sur base des données d'enquête et à l'aide du logiciel SPSS

Le tableau 7 ci-dessus montre la prédiction du modèle avec la réalité. Ce résultat permet de vérifier la puissance du modèle. En d'autres termes, un modèle dichotomique est supposé être robuste lorsqu'il permet de classer correctement au moins la moitié des entreprises de l'échantillon. Avant tout, il faut souligner que le niveau institutionnel de notre modèle de recherche a retenu 50 réponses à cause des valeurs manquantes. En plus de cela, cette classification ne donne pas une indication sur la significativité, le tableau 7 donne des résultats qui indiquent un pourcentage satisfaisant. Ainsi le modèle classe correctement 96% des entreprises.

Le processus de la réalisation de cette étude menée de bout à bout à partir de la revue de la littérature ont permis la formulation des hypothèses pour aboutir à leurs tests desdites, il ressort que certaines hypothèses pour des raisons précises n'ont pas été testées. Ce sont entre autres :

✎ **L'Avantage Concurrentielle** ne réponds aux critères de fiabilité et validité lors de l'analyse exploratoire, par conséquent cette hypothèse n'a pas été testée ;

✎ **La pression des médias** présente des valeurs aberrantes qui présente des caractéristiques très particulières et très différentes aux autres, elle a été retirée lors de test.

1.1.1. La validité des hypothèses

Les résultats des régressions logistiques sont présentés dans le tableau 8. Après avoir vérifié la solidité et la fiabilité du modèle, les hypothèses du modèle de notre recherche seront examinées.

Tableau N° 8: le niveau institutionnel du modèle de la régression logistique

		Variables de l'équation					
		B	E.S	Wald	ddl	Sig.	Exp(B)
Pas 1 ^a	LEGA	,780	1,573	,246	1	,620	2,182
	LEGB	-2,038	1,264	2,600	1	,107	,130
	ATCL	3,922	2,008	3,814	1	,051	50,478
	SUB	-3,498	1,895	3,407	1	,065	,030
	PONGB	-,254	,924	,075	1	,784	,776
	Constante	6,737	8,489	,630	1	,427	843,295

a. Introduction des variables au pas 1 : LEGA, LEGB, ATCL, SUB, PONGB.

Source : élaboré sur base des données d'enquête et à l'aide du logiciel SPSS

Il convient de noter que, les variables incluses dans l'équation de régression sont celles qui présentent des coefficients de régression statistiquement significatifs (seuil de significativité fixé à 5% et à 10%), tandis que, les variables non retenues de l'équation de régression sont celles qui s'associent à des coefficients de régression statistiquement non significatifs, qui dépassent le seuil de 10%.

A la lumière du tableau 8 qui présente les résultats de la régression logistique, il ressort que notre modèle de recherche retient trois variables afin d'expliquer l'engagement des entreprises dans la RSE en matière de changement climatique représentées par les coefficients suivants :

LEGB 0,10 ; ATCL0,05 ; SUB 0,06. En revanche, les variables LEGA, PONB, PMDIA, sont rejetées. Etant donné que la variable législation a deux facteurs à savoir LEGA constitué de deux items LEG2, LEG3 ainsi que LEGB constitué aussi de deux items. Il est question soit de valider ou rejeter l'hypothèse « crainte de la législation ». En analysant les deux items de LEGA

et ceux de LEGB, il ressort que les items de LEGB sont plus pertinents et permettent de mieux mettre en exergue la crainte de la législation que les items de LEGA. Cette analyse conduit à la validation LEGB représentant l'hypothèse relative à la crainte de la législation.

En somme, les résultats de ces analyses nous ont conduit à valider les hypothèses suivantes :

Tableau N° 9: Les hypothèses acceptées

Code	Hypothèses
H6. LEG	La crainte de la réglementation aurait influencé négativement l'engagement des entreprises dans la RSE en matière de changement climatique
H8. ATCL	Les attentes des clients auraient influencé positivement l'engagement de l'entreprise dans la responsabilité sociale en matière de changement climatique
H9. SUB	La subvention de l'Etat aurait influencé négativement l'engagement de l'entreprise dans la responsabilité sociale en matière de changement climatique

Source : Auteur

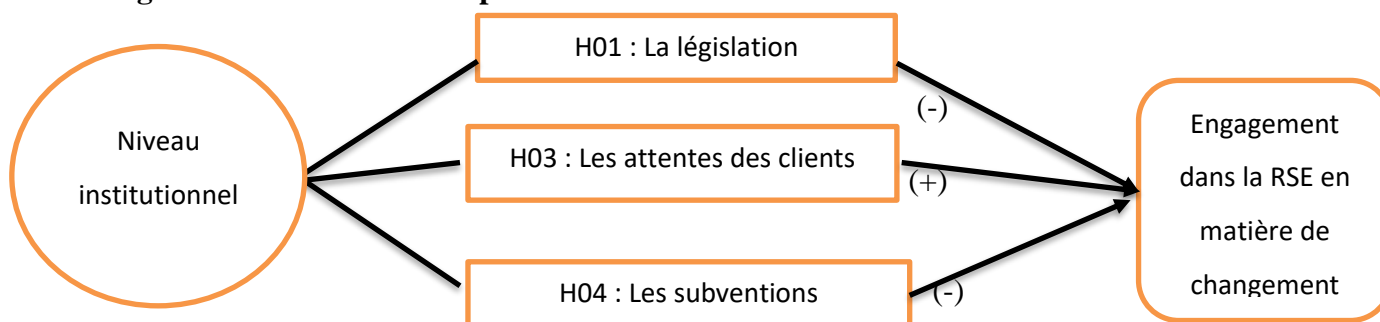
Cependant, les variables LEGB, PONGB ne sont pas pertinentes pour expliquer l'engagement des entreprises dans la RSE, leur significativité dépassent de loin le seuil de 10%. Ce qui entraîne la réfutation des hypothèses suivantes :

Tableau N° 10: Hypothèses rejetées

Code	Hypothèses
H10. PONG	La pression des ONG aurait influencé positivement l'engagement des entreprises dans la RSE en matière de changement climatique

Source : Auteur

Figure N° 2 : Modèle conceptuel validé de recherche



Source : Auteur

3.2. Discussion

3.2.1. Discussion générale des résultats

Les résultats indiquent que la première hypothèse relative à la crainte de la réglementation influence l'engagement des entreprises dans la RSE en matière de changement climatique. Cela

confirme d'une part que la crainte de la législation est une des motivations importantes qui agissent sur l'intégration de la RSE des entreprises tchadiennes. Mais la réglementation tchadienne est mal adaptée en ayant des effets contraires. D'autre part, ces résultats se joignent aux résultats des recherches au niveau de la littérature qui ont identifié formellement la crainte de la législation ou l'anticipation sur la nouvelle législation comme une motivation incontournable qui influence l'engagement des entreprises dans le processus de la RSE (Porter et van derLinde 1995 ; Irene et Perry, 1996 ; Henriques et Sadorsky, 1999 ; Quazi et al. 2001 ; Givel, 2007). En effet, les entreprises tchadiennes ont compris que l'engagement volontaire dans la RSE leur permettra de prendre de l'avance sur la législation qui devient de plus en plus contraignant avec les grands changements, au niveau de la politique environnementale au Tchad.

La troisième hypothèse relative à l'attente des clients a été validée. Les clients sont de plus en plus sensibles aux entreprises qui ne respectent pas les règles régissant la protection de l'environnement et ont tendance à boycotter les produits desdites entreprises. Ces résultats corroborent à ceux des études empiriques menées par Douglas et Glen, 2000 ; Zutshi et Sohal, (2005) qui ont rapporté que l'intégration des démarches environnementales volontaires résulte d'une meilleure conformité aux exigences des clients.

En effet, la subvention de l'Etat influence l'engagement de l'entreprise dans la responsabilité sociale en matière de changement climatique : Ce résultat corrobore le résultat des études empiriques menées par Santos (2011) qui a reconnu le rôle des subventions dans l'engagement des entreprises dans les démarches environnementales et sociales volontaires. Ce résultat contredit le résultat d'un travail académique réalisé en Chine par Zeng (2012) qui a affirmé que les subventions étatiques sont positivement corrélées avec la RSE, notamment dans les entreprises publiques. Dans le même ordre d'idée, ces résultats rejoignent ceux des études de Maignan et Ralston (2002), Morimoto et al. (2005) et Cheryl et al. (2010) qui affirment que, les subventions étatiques, restent parmi les raisons qui poussent les entreprises à s'engager notamment pour les petites et moyennes entreprises.

Enfin, la cinquième hypothèse relative à la pression des ONG n'est pas significative, ce qui entraîne son rejet. Ce résultat ne corrobore pas ceux de Van den Berghe et Louche (2005) qui estiment que « les entreprises sont confrontées à une nouvelle main invisible, représentée par des forces non marchandes exercées par les ONG, les médias, les syndicats et d'autres, qui poussent les entreprises à envisager la RSE comme condition préalable à la croissance et à la prospérité durable ».

Dans le même ordre d'idée, le résultat contredit les travaux de Heyder et Theuvsen, (2009), qui ont réalisé une étude empirique sur 175 entreprises allemandes, qui a prouvé que les pressions des ONG figurent parmi les premières pressions qui poussent les entreprises à intégrer la RSE au sein de leurs stratégies.

3.2.2. Implications managériales

Sur le plan managérial, notre recherche contribue à comprendre les dispositifs institutionnels pouvant motiver les entreprises à s'engager dans la RSE en matière de changement climatique. Ainsi les apports managériaux de notre recherche sont articulés autour des points suivants :

- ◆ Cette recherche a permis de montrer que toutes les entreprises petites ou grandes de tous secteurs peuvent lutter contre le changement climatique à travers leur engagement dans la RSE en matière de changement climatique. Cet engagement peut être renforcé en sensibilisant les différents décideurs en amont sur les défis de la RSE et les facteurs sur lesquels ils peuvent agir pour encourager sa mise en œuvre.

- ◆ Les résultats de l'étude empirique ont identifié la crainte de législation parmi les motivations significatives qui influencent l'engagement des entreprises tchadiennes dans la RSE. En d'autres termes, le manager tchadien pense en priorité, à la réglementation, lorsqu'il s'agit de prendre une décision. Le gouvernement tchadien pourra revoir la mise en œuvre de sa réglementation afin qu'elle incite positivement les entreprises à s'engager dans la RSE en matière de changement climatique.

- ◆ Au regard de ce que Chan et Wong (2006), ont affirmé que « Les gouvernements de différents pays, qui souhaitent disposer d'un environnement plus propre, ont beaucoup investi pour encourager les entreprises à poursuivre l'adoption des démarches environnementales volontaires », le Gouvernement tchadien devrait soutenir activement, des entreprises opérant au Tchad à s'engager dans la RSE en matière de changement climatique. Par ailleurs, les subventions de l'Etat sont des facteurs motivants importants qui incitent les entreprises à s'engager dans la RSE. A cet effet le gouvernement tchadien doit adapter sa politique de la subvention en fonction de la taille des entreprises. Ainsi les petites et moyennes entreprises ont besoin d'un soutien financier en revanche les grandes entreprises ont plutôt besoin de professionnels et d'experts afin de superviser leur démarche sociale et environnementale.

Conclusion

L'objectif de cette recherche est de déterminer les motivations institutionnelles qui poussent les entreprises à intégrer la responsabilité sociale des entreprises en matière de changement

climatique. Pour confirmer notre recherche et compte tenu du contexte de terrain de recherche, nous avons opté d'étudier la charte environnementale ou de la Responsabilité sociale à travers les entreprises qui seront prêtes à s'engager dans la RSE en signant si elle existe. Grâce à une étude empirique menée auprès de 59 entreprises exerçant dans les secteurs d'activités au Tchad qui constitue l'échantillon de notre recherche. En choisissant le Tchad comme terrain de recherche permet d'une part, d'enrichir la littérature sur l'engagement de la RSE en matière de changement climatique dans un pays pauvre fortement impacté par le changement climatique où peu de travaux ont été publiés dans ce domaine, d'autre part cela permet d'expliquer les motivations derrière l'engagement des entreprises qui sont prêtes à signer la charte environnementale ou charte RSE si elle est élaborée.

En effet, nous avons utilisé la régression logistique pour tester les hypothèses de notre recherche. Les résultats de notre recherche ont confirmé en partie nos hypothèses à savoir que l'engagement volontaire des entreprises dans la RSE est expliqué par « la crainte de la législation », « l'attente des clients » et « la subvention de l'Etat ». En revanche, « la pression des ONG » ne semble pas être pertinente pour expliquer l'engagement des entreprises dans la RSE.

Comme toute recherche, les résultats obtenus doivent être appréciés en tenant compte des limites suivantes :

✎ La première limite concerne l'utilisation du questionnaire comme mode de recueil des données. Cette limite réside dans le décalage entre ce qui est déclaré et ce qui est pratiqué. Malgré les efforts fournis dans le sens de la réduction de ce décalage, il convient de prendre en compte cette limite en utilisant ces résultats avec prudence.

✎ La deuxième limite est la taille de l'échantillon. En effet, nous avons eu à collecter les données de 59 entreprises qui sont très restreintes. Cela est dû au manque d'engagement des managers tchadiens à la contribution de recherche.

✎ Enfin la troisième limite est liée aux résultats de notre étude de recherche, qui peuvent être influencés par des caractéristiques spécifiques de l'environnement culturel et institutionnel du contexte tchadien et ne peuvent donc pas être applicables dans tous les autres pays en développement ou encore dans les pays développés.

Pour faire avancer les connaissances dans ce domaine et pallier ses faiblesses, le présent travail suggère une piste de recherche en recommandant aux futurs chercheurs de réaliser une recherche analogique sur un échantillon plus grand tout en ciblant un seul secteur d'activité.

BIBLIOGRAPHIE

- ❖ **Aguilera R., Rupp D. E., Williams C. A., et Ganapathi J. (2007)**, « Putting the s back in corporate social responsibility: A multilevel theory of social change in organizations », *Academy of Management Review*, 32(3), 836-863.
- ❖ **Azmat, F. et Samaratunge, R. (2009)**. Responsible entrepreneurship in developing countries : understanding the realities and complexities. *Journal of Business Ethics*, 90(3), 437-452.
- ❖ **Bansal et Roth (2000)**, « Why Companies go Green: a Model of Ecological
- ❖ **Boiral, O. 2006**. “Corporate Response to Global Warming For a Proactive Strategy “. *International Journal of Business and Economics Perspectives* 1 (1): 79-95/
- ❖ **BRAMMER Stephen, JACKSON Gregory, MATTEN Dirk,(2012)** « Corporate social responsibility and institutional theory: New perspectives on private governance », *Socio-Economic Review*, 2012, vol. 10, no 1, p. 3-28.
- ❖ **Carroll A. B. (1999)**, “Corporate social responsibility. Evolution of a definitional construct”, *Business & Society*, 38, p. 268-295.
- ❖ **Carroll, A. B., et 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.
- ❖ **Chan E.S.W., et Wong S.C.K. (2006)**, « Motivations for ISO 14001 in the hotel industry », *Tourism Management*, 10(4), 481-492.
- ❖ **Cheryl L. Austin L. R et Sanchez J.M. (2010)**. « Social responsibility and corporate reputation: The case of the Arthur Andersen Enron audit failure », *Journal of Accounting and Public Policy*, 29, 2, p 160-176.
- ❖ **Collins, M. et al.,** Long-Term Climate Change: Projections, Commitments and Irreversibility, in *Climate Change 2013: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*, Cambridge University Press (2013).
- ❖ **Costa, N. (2008)**. *Gestion du développement durable en entreprise.*: ellipses.
- ❖ **DAHLSRUD Alexander, (2008)** « How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions », *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 2008, vol. 15, no 1, p. 1-13.
- ❖ **DAVIS Keith (1973)**, « The case for and against business assumption of social responsibilities» ,*Academy of Management Journal*, 1973, vol. 16, no 2, p. 312-322.

- ❖ **Delmas, M., Toffel M.W. (2004).** Stakeholders and environmental management practices : an institutional framework. *Business Strategy and the Environment*. 13 : 209-222.
- ❖ **DiMaggio, P. (1997).** "Culture and Cognition". *Annual Review of Sociology*, 23(1), 263-287.
- ❖ **Donohue, Michael (2008),** Environmentally Harmful Subsidies in the Transport Sector, OECD Document No. ENV/EPOC/WPNEP/T(2007)1/FINAL, OECD, Paris.
- ❖ **Donaldson T., et Dunfee T. W. (1994),** « Toward A Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory », *Academy of Management Review*,19(2), 252-284.
- ❖ **Dontenwill, E. (2005).** Comment la théorie des parties prenantes peut-elle permettre d'opérationnaliser le concept de développement durable pour les entreprises ? *Revue des Sciences de Gestion*, 211-212 : 85-96.
- ❖ **Douglas, A., et Glen D. (2000),** « Integrated management systems in small and medium
- ❖ **EELLS, Richard Sédric, WALTON Clarence Cyril,** « Conceptual foundations of business », RD Irwin, 1974.
- ❖ **Elkington, J. (1997).** Cannibals with forks. The triple bottom line of 21st century business. (1999 éd.). Oxford, United Kingdom: Capstone Publishing Limited.
- ❖ **Field, C.B., Banos, V.R., Mach, K. et Mastrandrea, M. (2014).** Climate change 2014: impacts, adaptation, and vulnerability. Contribution of Working Group II to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change
- ❖ **Freeman RE 1984,** *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Pitman Publishing,
- ❖ **FRIEDMAN Milton,** « Occupational licensure ». *Capitalism and freedom*, 1962, vol. 137.
- ❖ **Garriga E. & Domenec M., 2004 :** «CSR theories : mapping the territory» , *Journal of Business Ethics* 53: 51–71, 2004
- ❖ **Gendron, C. (2012, mai 2012).** De la crise financière à l'économie verte : un chemin qui risque d'être long. Dans *Humana*, B. O. (dir.). (4) (Vol. 10). Récupéré de http://www.crsdd.uqam.ca/Pages/boh104_02.aspx
- ❖ **GIEC, 2014 : Changements climatiques 2014 :** Incidences, adaptation et vulnérabilité – Résumé à l'intention des décideurs ; Contribution du Groupe de travail II au cinquième Rapport d'évaluation du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat [sous la direction de Field, C.B., V.R. Barros, D.J. Dokken, K.J. Mach, M.D. Mastrandrea, T.E. Bilir, M. Chatterjee, K.L. Ebi, Y.O. Estrada, R.C. Genova, B. Girma, E.S. Kissel, A.N. Levy, S. MacCracken, P.R. Mastrandrea et L.L. White]. Organisation météorologique

- mondiale, Genève (Suisse), 34 pages (publié en anglais, en arabe, en chinois, en espagnol, en français et en russe), p. 5.
- ❖ **Givel M, (2007)**, «Motivation of chemical industry social responsibility through Responsible Care », *Health Policy*,1, 85-92.
 - ❖ **GOOGINS Bradley, MIRVIS Philip, ROCHLIN Steven, (2007)** « Beyond good company: Next generation corporate citizenship », Macmillan.
 - ❖ **Gray, B. et Stites, J.P. (2013)**. « Sustainability through Partnerships: Capitalizing on Collaboration », *Network for Business Sustainability*. nbs.net/knowledge.
 - ❖ **Greenwood, R., Oliver, C., Sahlin-Andersson, K., et Suddaby, R. (2008)**. "Introduction". In R. Greenwood, C. Oliver, R. Suddaby, et K. Sahlin-Andersson (Eds.), *The Hand Book of Organizational Institutionnalism* (pp. 1-46). Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage.
 - ❖ **Greening, D. W et B. Gray. (1994)**, "Testing a Model of Organizational Response to Social
 - ❖ **Hansen, E.G. et Grosse-Dunker, F. (2012)**. *Sustainability-Oriented Innovation Encyclopedia of Corporate Social Responsibility: Heidelberg, Germany; New York: Springer, Forthcoming.*: S. O. Idowu, N. Capaldi, L. Zu, & A. Das Gupta SSRN Récupéré de <http://ssrn.com/abstract=2191679>
 - ❖ **Harribey, J.-M. (2002)**. *Le développement durable est-il soutenable ? séminaire de l'OFCE*.
 - ❖ **HENDERSON David,(2001)** « The case against 'corporate social responsibility », *Policy: A Journal of Public Policy and Ideas*, 2001, vol. 17, no 2, p. 28.
 - ❖ **Henriques I., et Sadorsky P. (1999)**, « The relationship between environmental commitment and managerial perceptions of stakeholder importance », *Journal of the Academy of Management*, 42, 87–99.
 - ❖ **Irene H., et Perry S. (1996)**, « The Determinants of an Environmentally Responsive Firm: An Empirical Approach », *Journal of Environmental Economics and Management*, 30(3),381-395.
 - ❖ **Jean-Pascal Gond et Jacques Igalens (2016)**, « La responsabilité sociale de l'entreprise », 5ème édition mise à jour 9e mille, Puf.
 - ❖ **Jennifer, J.R., Henock, L., Dahlia, R. (2009)**. *Managers? and Investors? Responses to Media Exposure of Board Ineffectiveness*. *Journal of Financial and Quantitative Analysis* 44 (3): 579-605.

- ❖ **Johnson, J., Ellstrand, A., Dalton, D., Dalton, C. (2005).** The Influence of the Financial Press on Stockholder Wealth: the Case of Corporate Governance. *Strategic Management Journal* 26 (5): 461-471.
- ❖ **Joyner, B.E., and Payne, D. (2002).** 'Evolution and implementation: A study of values, business ethics and corporate social responsibility', *Journal of Business Ethics*, 41: 297-311.
- ❖ **Klein, R.J.T. et al.,** Adaptation opportunities, constraints, and limits., in *Climate Change 2014 : Impacts, Adaptation, and Vulnerability. Part A : Global and Sectoral Aspects. Contribution of Working Group II to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*, pages 899–943, Cambridge University Press (2014).
- ❖ **Krause, F., S.J. Decanio, J.A. Hoener et P. Baer (2002)** « Cutting Carbon Emissions at a Profit (Part I): Opportunities for the U.S », *Contemporary Economic Policy*, Vol. 21, No. 1, p. 90-105.
- ❖ **Krause, F., S.J. Decanio, J.A. Hoener et P. Baer (2003)** « Cutting Carbon Emissions at a Profit (Part II): Impacts on U.S. Competitiveness and Jobs », *Contemporary Economic Policy*, Vol. 21, No. 1, p. 90-105.
- ❖ **Lockett, A., Moon, J., & Visser, W. (2006).** Corporate social responsibility in management research: Focus, nature, salience and sources of influence. *Journal of Management Studies*.
- ❖ **Maignan I. et Ferrell O. C. (2003)**, « Nature of Corporate Responsibilities: Perspective from American, French and German Consumers », *Journal of Business Research*, 56, 55-67.
- ❖ **Maignan I., et Ralston D. A. (2002)**, « Corporate social responsibility in Europe and the U.S.: insights from businesses' self-presentations », *Journal of International Business Studies*, 33, 3, 497-514.
- ❖ **Marcott, S.A., Shakun, J.D., Clark, P.U. et Mix, A.C.,** A Reconstruction of Regional and Global Temperature for the Past 11,300 Years. *Science* **339**, 1198–1201 (2013).
Marshfield.
- ❖ **Masson-Delmotte, V. et al., (2013)** Information from Paleoclimate Archives, in *Climate Change 2013: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*, Cambridge University Press (2013).
- ❖ **Matten, D et Crane, A. (2005).** “Corporate citizenship: Toward an extended theoretical conceptualization”, *Academy of Management Review*, 30, 166-179.

- ❖ **MCWILLIAMS, A. ET SIEGEL D. (2001)**, “Corporate Social Responsibility : a theory of the firm perspective”, *Academy of Management Review*, 26 (1) : 117-127.
- ❖ **MERLIN- BROGNIART(C), DEPRET (M.H.)**, « Quels acteurs pour quelle responsabilité des entreprises ? D’une responsabilité sociale des entreprises à la responsabilité globale des acteurs » (http://clerse.univ-lille1.fr/IMG/pdf/axe_5_merlin_depret.pdf).
- ❖ **Morimoto R., Ash J., et Hope C. (2005)**, « Corporate Social Responsibility: from theory to practice », *Journal of Business Ethics*, 4, 315-327.
- ❖ **Nguyen-Dang, B. (2009)**. Is More News Good News? Media Coverage of CEOs, Firm Value, and Rent Extraction. Working Papers, AFE/ASSA 2006 meetings. <http://ssrn.com/abstract=800746>.
- ❖ **Packard, K. et F. Reinhardt (2000)**. “What Every Executive Needs To Know About Global Warming”, *Harvard Business Review*, vol. 78, No. 4 (July-August 2000), p. 128-135.
- ❖ **Pivato S., Misani N., et Tencati A., (2008)**, « The impact of corporate social responsibility on consumer trust: The case of organic food », *Business Ethics: A European Review*, 17(1), 3- 10.
- ❖ **Porter M.E., et VanderLinde C. (1995)**, « Greenand Competitive: Ending the stalemate », *Harvard Business Review*, 73(5), 120-134.
- ❖ **Quairel F., et Auberger M.N. (2005)**, « Management responsable et PME : Une relecture du concept de responsabilité sociétale de l’entreprise », *Revue des Sciences de Gestion*, n°40, 111-126.
- ❖ **Quazi H.A., Khoo Y.K., Tan C.M., et Wong P.S. (2001)**, « Motivation for ISO 14000 certification: development of a predictive model », *Omega*, 29(6), 525-542.
- ❖ **Reverte C. (2008)**, « Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms », *Journal of Business Ethics*, 88, 351–366.
- ❖ **Reynaud, E. (2006)**, *Le développement durable au coeur de l’entreprise*, DUNOD.
- ❖ **Rosen-Zvi (2011)**, "You Are Too Soft!: What Can Corporate Social Responsibility Do For Climate Change?" *Minnesota Journal of Law, Science & Technology*. 2011;12(2): p. 542 (et réf.)
- ❖ **RUPP Deborah, GANAPATHI Jyoti, AGUILERA Ruth, WILLIAMS Cynthia**, « Employee reactions to corporate social responsibility: An organizational justice framework », *Journal of Organizational Behavior*, 2006, vol. 27, no 4, p. 537-543.

- ❖ **SAEIDI, S. P., SOFIAN, S., SAEIDI, P., SAEIDI, S. P., et SAEAEIDI, S. A. (2015)**, « How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction », *Journal of Business Research*, Vol. 68 No. 2, pp. 341–350.
- ❖ **Santos M. (2011)**, « CSR in SMEs: strategies, practices, motivations and obstacles », *Social Responsibility Journal*, 7(3). 490 – 508
- ❖ **Schwartz M. S., et Carroll, A. B. (2003)**, « Corporate social responsibility: A three domain approach », *Business Ethics Quarterly*, 13(4), 503–530.
- ❖ **Sen S. et Bhattacharya C.B. (2001)**, « Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility », *Journal of Marketing Research*, 38 (2), 225-243.
- ❖ **Van den Berghe L., et Louche C. (2005)**, « The link between corporate governance and corporate social responsibility in insurance », *Geneva Papers on Risk and Insurance*, 30(3), 425-442.
- ❖ **Weaver G.R., Trevino L.K. et Cochran P.L. (1999)**, “Integrated and decoupled corporate social performance : Management commitments, external pressures and corporate ethics practices”, *Academy of Management Journal*, 42: 5, 539-552.
- ❖ Wood, D 1991, ‘Corporate social performance revisited’, *Academy of Management Review*; vol. 16, no. 4, pp. 691–718.
- ❖ **Zeng C. (2012)**, « Three Essays in Chinese Accounting », A thesis submitted to The University of Manchester for the degree of Doctor of Philosophy in the Faculty of Humanities. Manchester Business School.
- ❖ **Zutshi A., et Sohal A. S. (2005)**, « Integrated management system : The experiences of three Australian organisations », *Journal of Manufacturing Technology Management*, 16(2), 211-