

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

ENJEUX COMMUNICATIONNELS DES ENTREPRISES HAÏTIENNES EN  
MATIÈRE DE RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAITRISE EN COMPTABILITÉ, CONTRÔLE, AUDIT

PAR  
KENSON CÉSAR

NOVEMBRE 2018

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.07-2011). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## REMERCIEMENTS

Je souhaite adresser mes remerciements à toutes les personnes qui m'ont aidé d'une manière ou d'une autre dans la réalisation de ce mémoire.

Tout d'abord, je remercie Mme Arroyo-Pardo, professeure à l'École des Sciences de Gestion (ESG) UQAM. Grâce à sa supervision comme Directrice de recherche, j'ai été encadré, conseillé et encouragé tout au long de ce mémoire.

Je remercie également tous les participants des entreprises haïtiennes qui ont accepté de collaborer à ce projet de recherche. Ils nous ont donné de leur temps ainsi que leurs connaissances pour pouvoir comprendre les enjeux de la RSE dans le contexte haïtien.

Je tiens à remercier aussi la coordination du Centre en Population et Développement (CEPODE) de l'Université d'État d'Haïti pour leur support lors de la période de la collecte de données.

Un grand merci à l'État haïtien, plus particulièrement la Direction Générale des Impôts (DGI), qui a proposé ma candidature au programme de bourse du Programme Canadien de Bourses de la Francophonie (PCBF) et qui m'a accordé ce congé d'études de deux années. Un grand merci au staff du PCBF pour leurs supports financiers, logistiques et autres, car sans ces supports cette étude ne serait pas possible.

DÉDICACE

À ma fille Eunice Christy-Abbinada CÉSAR,  
à ma maman Marie-André Lina BAZILE, à  
mon épouse Nerlande CHARLES qui ont  
accepté de payer le prix de ce travail de  
recherche.

## TABLES DES MATIÈRES

|   |      |
|---|------|
| LISTE DES FIGURES .....   | vii  |
| LISTE DES TABLEAUX.....   | viii |
| LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES.....                              | ix   |
| RÉSUMÉ .....  | x    |
| INTRODUCTION.....   | 1    |
| CHAPITRE I RSE ET DIVULGATION DES INFORMATIONS EXTRA-FINANCIÈRES DANS LA CARAÏBE..... | 7    |
| 1.1 Présentation sommaire de la region caribéenne .....                               | 7    |
| 1.2 Vue panoramique de la question RSE au niveau de la région caribéenne.....         | 11   |
| 1.3 De la RSE en Haiti .....  | 15   |
| CHAPITRE II REVUE DE LA LITTERATURE.....  | 22   |
| 2.1 Fondements empirique et théoriques de la recherche.....                           | 23   |
| 2.1.1 La notion d'entreprise et ses responsabilités .....                             | 23   |
| 2.1.2 La responsabilité sociale et environnementale des entreprises (RSE) ....        | 25   |
| 2.1.3 Divulgence des informations sociales et environnementales.....                  | 30   |
| 2.1.4 La non-divulgence des informations de RSE.....                                  | 35   |
| 2.1.5 De la théorie de la légitimité.....   | 38   |
| 2.1.6 De la théorie néo-institutionnelle .....  | 41   |
| 2.1.7 De la théorie des coûts d'information .....                                     | 43   |
| 2.2 Cadre conceptuel .....  | 46   |
| CHAPITRE III CADRE MÉTHODOLOGIQUE .....   | 51   |
| 3.1 Devis de recherche : approche qualitative .....                                   | 51   |
| 3.2 Méthode de recherche.....   | 53   |
| 3.3 Les outils de collecte de données .....   | 55   |
| 3.4 Population à l'étude.....   | 58   |
| 3.5 Les considérations éthiques .....   | 62   |
| 3.6 La présentation du guide d'entrevue .....   | 63   |

|   |  |     |
|---|--|-----|
| 3.6.1                                       | Responsabilité sociale .....   | 64  |
| 3.6.2                                       | Responsabilité environnementale.....   | 64  |
| 3.6.3                                       | Divulgations des informations sociales et environnementales .....                                | 65  |
| 3.7   | Stratégie de présentation et d'analyse des résultats.....  | 67  |
| CHAPITRE IV PRÉSENTATION DES RÉSULTATS..... |  | 70  |
| 4.1   | Les pratiques en termes de responsabilités sociales des entreprises haïtiennes.                  | 71  |
| 4.2   | Étude des facteurs liés à la non-divulgaration des informations de RSE en Haïti                  | 79  |
| 4.2.1                                       | Les facteurs internes liés à la non-divulgaration des informations de RSE                        | 81  |
| 4.2.1.1.                                    | La rétention des informations et la mauvaise gouvernance .....                                   | 81  |
| 4.2.1.2.                                    | Les coûts élevés de préparation des rapports .....   | 83  |
| 4.2.2                                       | Les facteurs externes liés à la non-divulgaration des informations de RSE                        | 85  |
| 4.2.2.1.                                    | La clause de confidentialité et la peur de divulguer .....                                       | 85  |
| 4.2.2.2.                                    | L'absence des groupes de pression et l'absence de menaces de légitimité                          | 89  |
| 4.2.2.3.                                    | Le contexte culturel et le mimétisme institutionnel.....   | 91  |
| CHAPITRE V DISCUSSION.....                  |  | 95  |
| 5.1   | Regard sur les pratiques de RSE des entreprises haïtiennes .....                                 | 96  |
| 5.2   | Analyse des facteurs liés à la non-divulgaration des informations de RSE en Haïti                | 98  |
| 5.2.1                                       | Discussion sur les facteurs provenant de la littérature qui sont liés à la non divulgation ..... | 99  |
| 5.2.1.1.                                    | Facteur lié à la théorie de légitimité .....   | 100 |
| 5.2.1.1.1.                                  | Absence des groupes de pression .....  | 100 |
| 5.2.1.2.                                    | Facteurs liés à la théorie des coûts de l'information .....                                      | 101 |
| 5.2.1.2.1.                                  | La rétention des informations.....   | 101 |
| 5.2.1.2.2.                                  | La peur de divulguer des informations .....  | 102 |
| 5.2.1.2.3.                                  | Les coûts élevés de préparation des rapports .....   | 103 |
| 5.2.1.3.                                    | Facteur lié à la théorie néo-institutionnelle.....   | 104 |
| 5.2.1.3.1.                                  | Mimétisme institutionnel .....   | 104 |
| 5.2.2.                                      | Conclusion sur les fondements théoriques .....   | 105 |
| 5.2.3.                                      | Discussion sur les facteurs émergents qui sont liés à la non-divulgaration .....                 | 107 |

|  |     |
|--|-----|
| CONCLUSION .....   | 114 |
| Contraintes et limites .....                             | 116 |
| ANNEXE A FORMULAIRE D'APPROBATION ORGANISATIONNELLE .... | 124 |
| ANNEXE B FORMULAIRE D'INFORMATION ET DE CONSENTEMENT ... | 127 |
| ANNEXE C CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE.....           | 132 |
| BIBLIOGRAPHIE.....                                       | 133 |

## LISTE DES FIGURES

| Figure  | Page |
|---|------|
| 1.1 Carte géographique de la région caribéenne..... | 8    |
| 2.1 Cadre conceptuel.....                           | 47   |
| 5.1 Proposition de cadre conceptuel.....            | 112  |

## LISTE DES TABLEAUX

| Tableau   | Page |
|---|------|
| 1.1 Panorama des entreprises qui s'impliquent dans la RSE en Haïti.....                                     | 18   |
| 1.2 Divulgateion des entreprises de la région caribéenne selon le GRI.....                                  | 20   |
| 3.1 Données relatives aux entrevues .....   | 62   |
| 4.1 Extrait des pratiques sociales par entreprise .....   | 73   |
| 4.2 Extrait des pratiques sociétales .....  | 75   |
| 4.3 Extrait sur les pratiques environnementales.....  | 78   |
| 4.4 Extrait sur les facteurs de la rétention des informations et de la mauvaise gouvernance.....            | 82   |
| 4.5 Extrait des facteurs de la clause de confidentialité et de la peur de communiquer.....                  | 87   |
| 4.6 Extrait des facteurs de l'absence des groupes de pression et de l'absence de menaces de légitimité..... | 90   |
| 4.7 Extrait des facteurs du contexte culturel de l'entreprise et du mimétisme institutionnel.....           | 92   |

## LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES

|       |  |
|-------|--|
| RSE   | Responsabilité sociale et environnementale des entreprises |
| CCIHC | Chambre de commerce et de l'industrie haitiano-candienne   |
| KPMG  | Klynvelit peat marwick goerdeler (accounting firm)         |
| OMD   | Objectif du millénaire pour le développement               |
| DD    | Développement durable                                      |
| PME   | Petites et moyennes entreprises                            |
| GRI   | Global reporting international                             |

## RÉSUMÉ

L'objectif de ce mémoire consiste, d'une part, à regarder les pratiques des entreprises haïtiennes en termes de responsabilité sociale et environnementale (RSE) et, d'autre part, de comprendre les raisons qui motivent les entreprises à ne pas divulguer des informations sociales et environnementales, soit intégrées dans le rapport annuel ou d'une manière séparée dans des rapports spécifiques comme celui de la responsabilité sociale et environnementale (RSE) ou celui du développement durable (DD). Pour atteindre ces objectifs, douze entrevues semi-dirigées ont été menées avec des dirigeants de quatre des plus grandes entreprises haïtiennes qui s'impliquent dans la pratique de la responsabilité sociale et environnementale. Les résultats indiquent que les entreprises haïtiennes s'impliquent de plus en plus dans la RSE en posant des actions sociales, sociétales et environnementales, toutefois elles ne divulguent pas des informations. Ainsi, nous avons identifié neuf facteurs qui peuvent expliquer les raisons qui poussent ces entreprises à ne pas divulguer des informations sur les actions en termes de RSE posées au niveau de la communauté, dont cinq provenant de la littérature : l'absence de groupe de pression, la peur de divulguer des informations, la rétention des informations, les coûts élevés de préparation des rapports et le mimétisme institutionnel; et quatre découlent du terrain : la mauvaise gouvernance, l'absence de menaces de légitimité, l'existence d'une clause de confidentialité, la culture organisationnelle. Ainsi, grâce aux différents outils méthodologiques et théoriques utilisés, ce mémoire contribue à bonifier la littérature au niveau de la région caribéenne plus particulièrement en Haïti où ce champ est peu étudié. Il contribue aussi à la littérature de la divulgation volontaire qui est très focalisée sur les facteurs qui expliquent le choix de divulguer, mais peu sur le choix de ne pas divulguer.

MOTS CLÉS : RSE, divulgation des informations, non-divulgation des informations, région caribéenne.

## INTRODUCTION

Depuis bien des années, la notion d'entreprise ne se réfère pas uniquement au profit, de plus en plus elle tend à s'élargir pour s'intéresser aux questions d'ordres sociales et environnementales. Ce qui fait que de nos jours, les entreprises sont appelées non seulement à assumer des responsabilités économiques, mais aussi des responsabilités sociales et environnementales. En ce sens, plusieurs chercheurs envisagent des responsabilités beaucoup plus vastes dans le sens que les entreprises doivent être responsables des impacts de ses activités et de ces décisions sur la société comme des responsabilités par rapport à la santé et au bien-être de la société, la prise en compte des attentes des parties prenantes; le respect des lois en vigueur tout en étant en cohérence avec les normes internationales de comportement (Turcotte et al, 2011). Ainsi, toutes ces responsabilités peuvent être résumées à travers un seul concept : la responsabilité sociale et environnementale des entreprises (RSE).

Le concept de RSE, apparu sous l'expression corporate social responsibility, a été forgé dès les années 1950 à partir des considérations éthiques et religieuses et commencé à émerger en Europe vers les années 1990 surtout pour les sociétés dites de « sociétés du risque » (Capron et Quairel-Lanoizelé, 2016). De nos jours, au-delà des considérations éthiques et religieuses de ce concept, il représente un enjeu important ou une préoccupation majeure pour presque tous les acteurs qui intègrent dans leurs pratiques une démarche de responsabilité sociale et environnementale. Ainsi, pour certains chercheurs, cet enjeu ou cette préoccupation majeure peut être justifié par des raisons de compétitivité, de recherche de légitimité ou tout simplement des raisons d'ordres éthiques (Bansal et Roth, 2000).

Par rapport à ces enjeux, l'étude de la RSE ne concerne pas seulement les pays du Nord et de l'Europe, mais elle concerne aussi les pays en voie de développement. En effet, si pour plus d'un, la RSE est un concept peu connu par les entreprises qui fonctionnent dans ces pays (Bentaled et Baba, 2017), cela ne veut en aucun cas signifier que ces entreprises sont étrangères à la notion de la RSE surtout dans sa conception sociale (Bentaled et Baba, 2017). Et, selon Pasquero (2017), ce concept a pénétré les pays émergents soit par l'intermédiaire des filiales des grandes entreprises étrangères, soit à travers les exigences des grandes institutions internationales, soit à partir des sources internes d'origine gouvernementale ou privée.

Toutefois, si dans certains pays en voie de développement on peut identifier la responsabilité sociale et environnementale en termes de pratiques à travers les entreprises, la question de divulgation des informations sociales et environnementales reste très problématique voire un enjeu important. Pourtant, pour certains chercheurs, les pratiques de RSE marchent de pair avec la divulgation, car cette dernière constitue la traduction la plus visible de la RSE des organisations (Ayadi, 2017).

De nos jours, la divulgation est devenue un phénomène mondial qui répond aux défis de notre temps et qui concerne tous les pays, quel que soit leur niveau de développement (Pasquero, 2017). En ce sens, elle touche toutes les formes organisationnelles, qu'elles soient privées, publiques ou associatives (Pasquero, 2017).

Désormais, ce ne sont plus seulement les entreprises réputées à « risques » qui peuvent communiquer des informations sur les impacts de ses activités au niveau de

la communauté ; toute entreprise, quel que soit sa taille ou son secteur d'activité, est susceptible d'avoir un discours environnemental (Libaert, 2004).

Selon Capron et Quairel-Lanoizelée, le nombre des entreprises qui divulguent des informations de RSE à travers le monde est plus que doublé : « de 35% en 1999, le nombre des entreprises publiant un rapport de RSE intégré dans leur rapport annuel ou séparément dans un rapport spécifique est passé à 92% des deux cent cinquante plus grandes entreprises mondiales en 2015 » (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2016, p.101). Ce qui sous-entend que l'internalisation de la divulgation des informations de RSE touche de plus en plus de pays à travers le monde notamment les pays en voie de développement (Pasquero, 2005).

Malgré cette tendance mondiale vers la divulgation des informations sociales et environnementales par toutes les formes d'organisations à travers le monde, certaines entreprises ne divulguent pas des informations malgré leurs implications dans le domaine de la RSE. C'est le cas des entreprises haïtiennes qui selon un rapport intitulé « Entreprise verte, entreprise rentable » préparée par la Chambre de commerce et d'industrie haïtiano-canadienne (CCIHC) dont un extrait a été publié dans un journal<sup>1</sup> quotidien en Haïti le 07 juin 2013, la CCIHC a fait part de son constat en ce qui concerne la pratique de la responsabilité sociale des entreprises en Haïti.

En effet, les entreprises haïtiennes s'impliquent dans le domaine de la responsabilité sociale et environnementale, toutefois la divulgation de ces informations reste

---

<sup>1</sup> <http://lenouvelliste.com/>

problématique. Car, l'implication dans la RSE ne signifie pas uniquement le fait de poser des actions en termes de responsabilités sociales et environnementales, mais il faut aussi rendre compte aux différentes parties prenantes sur les activités et de leurs impacts sur la société et l'environnement (Damak-Ayadi, 2006). Étant donné qu'aujourd'hui, le rapport de DD/RSE ou reporting social constitue la traduction et la partie la plus visible de la responsabilité sociale des organisations. (Ayadi, 2017), il devient intéressant de poser cette question à savoir : Pourquoi les entreprises haïtiennes ne divulguent pas des informations en termes de responsabilités sociales et environnementales dans le rapport annuel ou dans des rapports détachés comme le rapport de RSE ou de DD ?

Ainsi, notre objectif consiste à regarder, d'une part, les pratiques en termes de responsabilité sociale et environnementale en Haïti, et, d'autre part, comprendre les raisons qui peuvent motiver les entreprises haïtiennes à ne pas divulguer des informations sociales et environnementales soit intégrés dans le rapport annuel ou d'une manière séparée dans des rapports spécifiques comme celui de la responsabilité sociale et environnementale (RSE) ou celui du développement durable (DD).

Pour répondre à la question de recherche, l'approche qualitative avec entretien de recherche comme méthodologie a été utilisée. Pour collecter les données, nous avons utilisé la technique d'entrevue semi-dirigée et la technique documentaire aux fins de triangulation. Ainsi, douze entrevues semi-structurées ont été menées avec des dirigeants dans quatre des plus grandes entreprises haïtiennes qui s'impliquent dans le domaine de la RSE. Cette méthodologie offre l'opportunité de comprendre, d'une part, les actions posées par les entreprises haïtiennes en termes de responsabilités sociales et environnementales, d'autre part, elle permet d'identifier les raisons qui poussent ces entreprises à ne pas divulguer des informations sociales et environnementales malgré leurs implications dans ce domaine.

Ainsi, les résultats montrent que les entreprises haïtiennes s'impliquent de plus en plus dans le domaine de la RSE en posant des actions sociales, sociétales et environnementales. Les résultats ont montré aussi que la non-divulgence des informations de RSE par les entreprises haïtiennes peut être expliquée par neuf facteurs, dont cinq provenant de notre revue de la littérature : l'absence de groupe de pression, la peur de divulguer des informations, la rétention des informations, les coûts élevés de préparation des rapports et le mimétisme institutionnel; et quatre découlant de notre terrain: la mauvaise gouvernance, l'absence de menaces de légitimité, l'existence d'une clause de confidentialité, la culture organisationnelle.

Ce mémoire a plusieurs contributions. Il permet de proposer un nouveau cadre conceptuel pour étudier la non-divulgence dans d'autre contexte. Il permet de bonifier la littérature sur la RSE au niveau de la région caribéenne, particulièrement en Haïti où ce champ (RSE et la divulgation) est peu étudié. Il permet aussi de compléter les études antérieures en mobilisant un grand nombre de facteurs pour comprendre les raisons qui motivent certaines entreprises à ne pas divulguer des informations extrafinancières soit dans le rapport annuel ou le rapport de RSE ou de DD. Enfin, il nous a permis d'identifier deux approches théoriques pour expliquer les facteurs liés à la non-divulgence des informations de RSE à savoir : l'approche cognitive de la théorie néo-institutionnelle et l'approche substantive de la théorie de légitimité.

Ce travail comporte 5 chapitres. Le premier présente la responsabilité sociale au niveau des pays en voie de développement particulièrement les pays de la région caribéenne. Le deuxième concerne la revue de la littérature qui se divise en deux parties distinctes, dont les fondements théoriques et empiriques et le cadre conceptuel du travail. Le troisième présente notre cadre méthodologique, les outils de collecte de données et les stratégies de présentations des résultats. Le quatrième consiste en une

présentation des principaux résultats de la recherche. Enfin, le cinquième chapitre se veut une discussion des certains thèmes qui méritent certaines précisions.

## CHAPITRE I

### RSE ET DIVULGATION DES INFORMATIONS EXTRA-FINANCIÈRES DANS LA CARAÏBE

#### 1.1 Présentation sommaire de la région caribéenne

Sans vouloir faire une présentation géographique ou géopolitique de l'espace caribéen, on souligne que la région caribéenne est constituée des nations indépendantes et des territoires d'outre-mer des pays comme le Royaume-Uni, les Pays-Bas, la France et les États-Unis. En outre, la Caraïbe est un espace géographique marin et côtier qui est délimité par des îles et des terres continentales d'une superficie de deux millions sept cent cinquante-quatre mille kilomètres carrés (Perdomo Terrero, 2012). Pour avoir une idée de cet espace géographique, voyons la carte géographique ci-dessous qui a été utilisée dans le travail de Daniel (2015) sur la mise en l'espace caribéen.

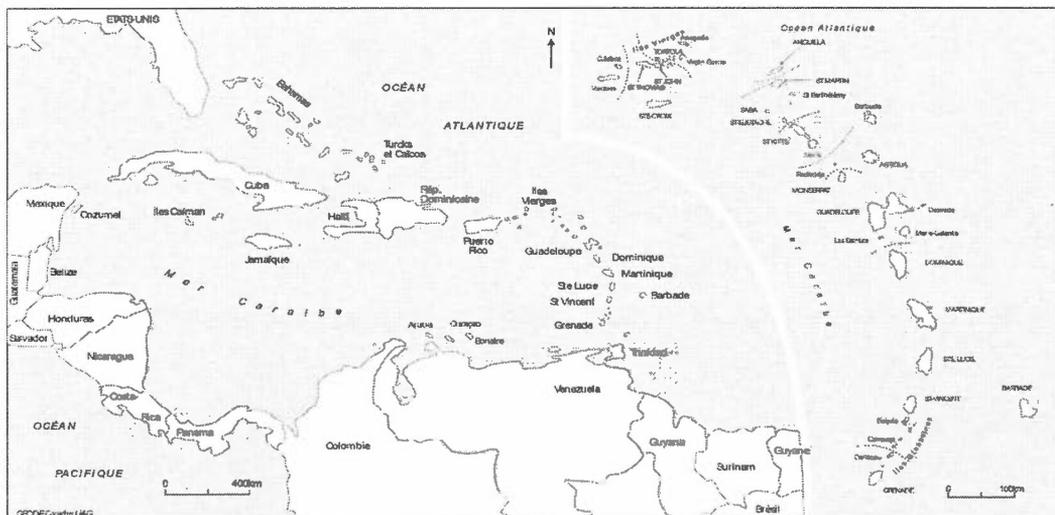


Figure 1.1 Carte géographique de la région caribéenne

En effet, bien qu'il puisse y avoir des différences d'un pays à l'autre, la région des Caraïbes est confrontée à des défis communs dans sa marche vers le développement durable. Les principaux défis sont les mêmes à savoir : les niveaux élevés de pauvreté et d'inégalité sociale, la fracture croissante entre les couches les plus pauvres et les plus riches, les niveaux élevés de sous-emploi et de chômage juvénile, la violence et la criminalité urbaine croissante, et un accès inadéquat aux nouvelles technologies de l'information (Balboni et al, 2007).

Toutefois, tous les pays de la région caribéenne ont des structures économiques traditionnellement tournées vers le commerce international et qui s'inscrivent dans le schéma habituel de la division internationale du travail nord-sud (Celimène et Vellas, 1990). Ce qui sous-tend que la région caribéenne ne peut pas s'échapper du phénomène de la mondialisation, elle s'intègre dans toutes les sphères de la mondialisation qui devient un phénomène mondial global.

Ce phénomène mondial global a été frappé par un retour à la question morale (Auvergnon, 2005) que plusieurs chercheurs vont conceptualiser la responsabilité sociale et environnementale des entreprises. Bien que ce concept soit daté des années 50, les entreprises commencent à s'impliquer réellement dans des démarches RSE vers les années 80. Ainsi, pour Pasquero (2017) ce concept (RSE) n'est ni une mode passagère, ni une exportation occidentale, ni même une nouvelle ruse du capitalisme : c'est un phénomène mondial qui répond aux défis de notre temps et qui concerne tous les pays, quel que soit leur niveau de développement.

En effet, étant donné que la RSE gagne de proche en proche toutes les formes organisationnelles, qu'elles soient privées, publiques ou associatives (Pasquero, 2017), la région caribéenne ne peut pas s'échapper de ce phénomène mondial qui est au cœur de toutes les démarches organisationnelles.

Selon l'article de Boidin (2008) sur les enjeux de la RSE dans les pays en voie de développement, la RSE a été portée dans ces pays par un ensemble de facteurs, dont le vaste mouvement de la mondialisation qui a occasionné la délocalisation des entreprises multinationales, les objectifs du millénaire pour le développement (OMD), le développement des labels de commerce équitable, l'apparition des chartes d'engagement sociétales et autres.

D'autre en plus, selon Pasquero (2017), il faut souligner que le concept de RSE, d'origine occidentale, a gagné tous les pays en voie de développements soit par l'intermédiaire des filiales des grandes entreprises étrangères, soit à travers les exigences des grandes institutions internationales comme la Banque Mondiale, le Fonds Monétaire International, ou autres agences de développement, soit à partir des sources internes émanant des initiatives gouvernementales ou privées.

En ce qui a trait à l'intégration du concept RSE dans la région caribéenne, il paraît que ce dernier a été l'œuvre des grandes organisations internationales et les multinationales au départ. À ce sujet, Haslam (2004) a prouvé que la RSE en Amérique latine et dans les Caraïbes semble être fortement influencée par les ONG internationales, les directives des sièges sociaux multinationaux et les institutions multilatérales, suggérant un manque d'appropriation locale des initiatives de RSE.

Les résultats de l'étude de Haslam (2004) ne sont pas si différents de ceux de Peinado-Vara (2004) qui montrent que le sujet de la RSE suscite un regain d'intérêt au niveau de la région caribéenne. Ce regain d'intérêt a été reflété par la montée en force des organisations nationales en partenariat avec les grandes organisations internationales qui font la promotion des pratiques de responsabilité sociale et environnementale au niveau de la région, renforcée par une couverture médiatique très étendue et la multiplication d'un nombre croissant d'événements de RSE dans toute la région.

À cet effet, Bowrin (2013) a souligné que la divulgation des informations sociales et environnementales est largement dictée par les forces extrafinancières<sup>2</sup> au niveau de la région caribéenne. Cette situation semblerait être la même pour tous les pays en voie de développement, car les résultats de l'étude de Rahman Belal et Momin (2009) sur les pays en voie de développement ont trouvé que la RSE est largement dominée par les forces externes à savoir les pressions des compagnies mères, le marché international et les agences de réglementations internationales.

---

<sup>2</sup> Bowrin a utilisé ce vocable pour parler des multinationales, des organisations internationales.

## 1.2 Vue panoramique de la question RSE au niveau de la région caribéenne

Selon Boutiba et Ben-Slimane (2017), la présence du phénomène de la RSE dans les pays en voie de développement peut être expliquée de la présence des firmes multinationales qui tendent à exporter leurs pratiques socialement responsables. Toutefois, il faut souligner que si « la RSE est un corpus universel dans son principe, mais local dans ces applications » (Pasquero, 2017 p.66), les pratiques de la RSE peuvent rester à la compréhension des entreprises qui s'y adhèrent.

Pour certains chercheurs, les pratiques de RSE dans la région caribéenne sont beaucoup plus orientées vers les questions sociales parce que les questions sociales sont beaucoup plus aiguës ou préoccupantes au niveau de la région comme la pauvreté, la mauvaise éducation, le mauvais logement, la rareté des soins de santé et autres; en ce sens, les initiatives de RSE des entreprises caribéennes consistent à apporter des solutions créatives pour contribuer avec succès à atténuer les problèmes sociaux (Peinado-Vara, 2006).

Pour d'autres chercheurs, les entreprises sont beaucoup plus préoccupées par l'aspect environnemental de la RSE au niveau de la région caribéenne. L'étude de Lauritzen et Schröder (2017) sur les pratiques de RSE en Dominique montre que la principale activité de RSE menée par les PME dominicaines est environnementale. Ces pratiques impliquaient le recyclage des bouteilles en verre et en pet<sup>3</sup>, l'élimination

---

<sup>3</sup> Le poly (éthylène téréphtalate) PET est un thermoplastique semi-cristallin de la famille des polyesters saturés. Il est obtenu par polycondensation à partir d'acide téréphtalique et d'éthylène glycol. (Bordival, 2009).

appropriée des déchets nocifs et l'évitement de l'utilisation de matériaux nocifs dans la production. D'un autre côté, Wirth et *al.* (2016) ont trouvé 16 entreprises qui ont été engagées dans des pratiques de RSE environnementales, en se concentrant sur la réduction des émissions de gaz à effet de serre, mais aussi sur des avancées technologiques telles que les installations de recyclage et la promotion de produits respectueux de l'environnement au niveau de la région caribéenne.

Cependant, le plus souvent on assimile les actions de RSE posées par les entreprises qui évoluent au niveau de la région caribéenne à la philanthropie. L'étude de Ron et Surendra (2010) qui a examiné la pratique de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) dans la Communauté des Caraïbes en accordant une attention particulière à la Trinité-et-Tobago prouve que la philanthropie est l'approche dominante de la RSE et que la capacité du secteur des entreprises de la région limite l'impact de la RSE en tant que stratégie de développement durable.

Pour Ron et Surendra (2010), la démarche philanthropique de RSE au niveau de la région caribéenne a une explication d'ordre historique dans le sens qu'historiquement, le secteur privé de la région caribéenne a eu une vision trop paternaliste de son rôle dans la société et est donc largement philanthrope dans son approche de la RSE. Ce qui pousse les propriétaires d'entreprise à rechercher la respectabilité en donnant aux églises, orphelinats et autres causes sociales les plus préoccupantes.

Toutefois, il paraît que les entreprises qui s'impliquent dans des activités de RSE vont au-delà d'une simple question philanthropique. Elles sembleraient qu'elles utilisent la RSE aux fins de stratégie de marketing. À ce sujet, Pantani et al (2017) ont mené une étude sur l'utilisation marketing des activités de RSE dans le secteur alcool en Amérique latine et la Caraïbe, ils ont montré que 55.8% des actions de RSE posées par les entreprises ont été faites dans l'idée marketing dans le sens que ses actions

étaient susceptibles à promouvoir les produits et les marques, pourtant c'est uniquement 44.2% de ces actions qui concernent réellement la RSE. Pantani et al (2017) trouvent que les actions de RSE avec potentielle idée marketing étaient plus susceptibles à atteindre un public plus large que les actions classées sans potentiel idée marketing. La conclusion de cette étude nous indique que les activités de RSE en Amérique latine et dans les Caraïbes semblent avoir un rôle de marketing stratégique allant au-delà de leur objectif déclaré de philanthropie et de santé publique.

En effet, que l'on traite les actions de RSE des entreprises caribéennes de philanthropiques ou uniquement sociales ou environnementales ; il est clair que les entreprises caribéennes s'impliquent, d'une façon ou d'une autre, dans les démarches de la responsabilité sociale et environnementale au niveau de la communauté caribéenne.

Toutefois, malgré les multiples efforts de la part des acteurs au niveau de la région caribéenne, la démarche RSE fait face à certaines contraintes comme l'absence de compréhension sur la question de RSE dans différents pays en voie de développement (Rahman Belal et Monin, 2009), le manque de ressources humaines compétentes et l'insuffisance des budgets pour les activités de RSE (Balboni et al, 2007). C'est-ce que Lauritzen et Schröder (2017) ont remarqué chez les PME dominicaines. Les résultats de leur étude ont révélé que les PME dominicaines étaient, dans une large mesure, inconscientes du concept de RSE, ce qui montre qu'il existe un manque de connaissances parmi les entreprises locales. Toutefois, il a été révélé que toutes les entreprises interrogées pratiquaient la RSE à des degrés divers et de différentes manières.

Ces contraintes peuvent contribuer à diminuer les efforts des entreprises caribéennes dans leurs démarches de responsabilités sociales et environnementales. En effet, les

résultats des études de Bowrin (2013) sur la divulgation des informations sociales et environnementales par les entreprises caribéennes montrent que le niveau de la divulgation des informations de RSE dans la région caribéenne est relativement faible.

Cette faiblesse au niveau de la divulgation des informations de RSE peut être expliquée par divers éléments qui peuvent être considérés comme des déterminants de la RSE au niveau de la région. Ainsi, les études de Shah et *al.* (2016) sur les déterminants de la RSE dans cinq pays caribéens montrent que les politiques environnementales au niveau de l'entreprise et, dans une moindre mesure, les relations avec les réseaux de parties prenantes externes sont les principaux déterminants de la RSE. Ils poursuivent pour dire que les pratiques environnementales et les pratiques internes des entreprises influent également sur la RSE, mais seulement indirectement lorsqu'elles sont médiatisées par leurs politiques environnementales.

Malgré tout, il y a des efforts considérables qui ont été faits par tous les acteurs qui ont adopté une démarche de RSE pour qu'il y ait une quantité importante des actions en termes de RSE qui soient posées au niveau de la région. Les études de Balboni et *al.* (2007) sur les pratiques de la RSE dans la région montrent qu'il y a une certaine réticence des entreprises à participer à l'initiative qui peut être liée à un manque de sensibilisation à la RSE, en particulier parmi les entreprises et les petites et moyennes entreprises (PME) à la Trinité-et-Tobago. Pourtant, à la Jamaïque soixante pour cent des entreprises ont indiqué qu'elles avaient un budget RSE préapprouvé, souvent dans le budget marketing ou relations publiques, mais seulement moins de 10% ont indiqué avoir un plan de dons lié à leur stratégie d'entreprise. Tandis que, les résultats ont indiqué que la pratique de la RSE à la Barbade était principalement

philanthropique et basée sur le principe de charité. Cette approche philanthropique ne se limitait pas à un secteur, mais répartit uniformément entre les différents secteurs.

Toutefois, les études de Ron et Surendra (2010) montrent que plus de soixante-dix pour cent (70%) des entreprises trinitadiennes ont entrepris des programmes sociaux et environnementaux en partenariat avec d'autres homologues. De tels partenariats et collaborations sont importants pour réduire la concurrence, la saturation et la duplication des initiatives de RSE, en particulier dans les petits pays en développement tels que Trinité-et-Tobago. La plupart des entreprises des études de Ron et Surendra (2010) ont identifié les ONG comme leurs principaux partenaires (68%) dans l'exécution des initiatives sociales et environnementales. Le gouvernement (43%), les autres entreprises (40%) et les associations professionnelles (37%) ont également été identifiés comme des partenaires. Enfin de compte, les résultats de l'étude de Ron et Surendra (2010) montrent que 85% des entreprises à Trinité-et-Tobago s'engagent dans des initiatives de RSE pour chercher une amélioration de l'image de marque et une réputation.

### 1.3 De la RSE en Haïti

Dans le cas d'Haïti, la RSE demeure un domaine peu exploré, toutefois les études de Séraphin (2015 et 2017) et de la Chambre de commerce et de l'industrie haitiano-canadienne (CCIHC) sont les plus remarquables dans ce domaine. Séraphin a conduit deux études sur les pratiques de la RSE dont l'une se porte sur les grandes chaînes d'hôtels en Haïti et l'autre sur le secteur touristique. En effet, si l'étude sur le secteur touristique a été faite dans l'idée de regarder comment on peut développer un tourisme orienté vers la RSE où Séraphin et Paul (2015) ont suggéré qu'une bonne application de la RSE peut contribuer à trouver un compromis entre tourisms de

masse et tourisme alternatif ; dans l'étude sur les grandes chaînes hôtels en Haïti, Séraphin, Gowreesunkar et Bacari (2017) ont essayé d'aller plus loin pour regarder les pratiques sociales et environnementales des hôtels en Haïti.

Ainsi, les résultats de l'étude sur le secteur touristique nous indiquent qu'il n'y a pas une bonne application des principes de la RSE dans ce secteur (Séraphin et Paul, 2015). Pourtant, les résultats de l'étude sur les grandes chaînes d'hôtels nous montrent qu'il y a une prise en compte des activités de RSE par ces entreprises par l'exercice de diverses initiatives au niveau de la communauté. Toutefois, les pratiques environnementales et sociales en termes de divulgation des informations ne sont pas encore intégrées dans les principales stratégies commerciales des hôtels (Séraphin, Gowreesunkar et Bacari, 2017).

En effet, si les études de Séraphin et al. (2015 et 2017) ont été portées sur des secteurs spécifiques comme le secteur touristique et les grandes chaînes d'hôtels en Haïti, l'étude de la Chambre de Commerce et de l'Industrie haïtiano-canadienne (CCIHC) se veut une étude exploratoire sur les pratiques des entreprises haïtiennes en matière de responsabilités sociales et environnementales. Cette étude a été portée sur tous les secteurs, il s'agit d'identifier les entreprises qui s'impliquent réellement dans la RSE au niveau du pays.

Cette étude a été menée en 2010<sup>4</sup> par la chambre de commerce et de l'industrie haïtiano-canadienne (CCIHC) dans l'objectif d'identifier les entreprises qui adoptent une démarche RSE dans leurs stratégies. À ce sujet, la CCIHC a pu constater que les

---

<sup>4</sup> (<http://lenouvelliste.com/lenouvelliste/article/117712/Les-entreprises-haitiennes-les-plus-impliquees-socialement#sthash.WdANbt76.dpuf>); (7 juin 2013).

grandes entreprises haïtiennes s'impliquent de plus en plus dans le domaine de la responsabilité sociale et environnementale, toutefois la RSE reste peu connue pour certaines entreprises.

Cependant, même si la logique de RSE est peu connue, cela ne veut en aucun cas signifier que ces entreprises sont étrangères à la notion de RSE, car selon Bentaleb et Baba (2017) « ce sont simplement les motivations des acteurs à entrer dans une démarche RSE qui sont différente en [dans les pays en voie de développement] Afrique qu'en [dans les pays occidentaux] Europe » (p. 236).

En effet, ce rapport nous a permis d'identifier quelques entreprises qui s'impliquent dans la RSE en Haïti, et puisque le rapport de la CCIHC a été préparé en 2010, nous avons procédé aussi par une recherche au niveau des articles de presse afin de trouver d'autres entreprises qui s'impliquent dans ces activités. Ainsi, nous avons nous même construire un tableau résumant les entreprises qui sont impliquées dans la RSE à partir des informations trouvées un peu partout comme : le rapport du CCIHC, les articles de presse où on essaie d'identifier les actions des entreprises sur le plan social et environnemental.

Tableau 1.1 Panorama des entreprises qui s'impliquent dans la RSE en Haïti

|                         | Responsabilité sociale  | Responsabilité environnementale  | Quantité |
|-------------------------|---|--|----------|
| Actions des entreprises | Éducation, santé, sport, culture, transparence, salaires compétitifs, formation des cadres, promotion de la production locale | Accessibilité à l'eau potable, préparation aux ouragans, reboisement, énergie verte, reboisement |          |
| Secteur d'activité      | Service et commerce   | Industrie et autres  |          |
| Total                   | 18  | 12   | 30       |

Ce tableau présente une vue condensée des entreprises haïtiennes qui s'impliquent dans la RSE. Sur un total de trente entreprises qui s'impliquent dans ce domaine, il y a dix-huit qui font des actions sociales et douze qui pratiquent de la responsabilité environnementale. Toutefois, il y a une sorte de va-et-vient entre les entreprises qui s'impliquent en termes de responsabilités sociales et celles qui s'impliquent en termes de responsabilités environnementales, dans le sens qu'une entreprise qui fait des actions sociales peut s'impliquer aussi dans des actions environnementales. Cependant, l'éducation, la santé, promotion de la production locale, reboisement restent comme une préoccupation pour toutes les entreprises. Il faut souligner que ces trente (30) entreprises représentent trente pour cent des grandes entreprises qui fonctionnent en Haïti<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Selon les données de la Direction des Grands Contribuables de la Direction générale des Impôts en Haïti (<http://www.dgi.gouv.ht>)

Tout ceci nous ramène à voir que les entreprises au niveau de la région caribéenne adoptent des démarches de RSE. Toutefois, pour plus d'un, les progrès dans les Caraïbes sont encore à un stade relativement sous-développé (Shah et *al.*, 2016). À ce sujet, Haslam (2004 cité dans Balboni et *al.*, 2007) a souligné que la région des Caraïbes était classée au plus bas de l'hémisphère en termes des pratiques de RSE, avec un énorme fossé entre la pratique de la RSE en Amérique du Nord et le reste des Amériques. Pour expliquer ce fossé, Schmidheiny (2006) souligne qu'il n'y a pas même de définition de la RSE généralement acceptée dans la région caribéenne. Cette dernière remarque n'est pas trop pertinente, car selon Abbas (2013), généralement la notion de RSE n'a pas une définition normalisée et communément acceptée partout, car il s'agit d'une expression qui est en pleine évolution dans le temps et qui s'inscrit dans des disciplines différentes.

En effet, pour certains, la RSE dans la région d'Amérique latine et Caraïbe est en constante évolution, pour d'autres, la pratique de la RSE dans la région est plutôt nouvelle (Pozas, Lindsay et du Moreau, 2015). Pour Ron et Surendra (2010), la RSE en est encore à ses balbutiements dans la région Caribéenne surtout en ce qui a trait à la divulgation des informations extrafinancières.

Donc, le sujet de la divulgation des informations sur les actions sociales, sociétales et environnementales posées par les entreprises au niveau de la région caribéenne reste à questionner. En effet, nous avons consulté le site du GRI<sup>6</sup> qui permet de comparer les informations divulguées par les entreprises dans l'idée d'avoir une idée sur les

---

<sup>6</sup> [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)



Ainsi, ce chapitre nous a permis de jeter un regard sur les pratiques des entreprises en matière de RSE ainsi que sur le niveau de la divulgation de l'information extrafinancière au niveau de la région caribéenne. En effet, on a remarqué que la RSE est en parfaite évolution au niveau de la région, mais la question de divulgation des informations extrafinancières reste très problématique particulièrement en Haïti. Dans le chapitre suivant, nous allons présenter la revue de la littérature sur la responsabilité sociale ainsi que sur la divulgation de l'information extrafinancière. Nous allons profiter pour faire un débat sur nos principaux concepts en fonction de nos fondements empiriques et théoriques.

## CHAPITRE II

### REVUE DE LA LITTÉRATURE

Dans le premier chapitre de ce travail de recherche, nous avons vu que les pratiques des entreprises en termes de RSE sont en parfaite évolution, mais la question de la divulgation reste problématique au niveau de la région caribéenne plus particulièrement en Haïti. Dans ce chapitre, nous allons passer en revue la littérature existante sur cette question afin de mieux situer notre objectif de recherche qui consiste à regarder, d'une part, les pratiques en termes de responsabilité sociale et environnementale en Haïti, et, d'autre part, comprendre les raisons qui peuvent motiver les entreprises haïtiennes à ne pas divulguer des informations sociales et environnementales soit intégré dans le rapport annuel ou d'une manière séparée dans des rapports spécifiques comme celui de la responsabilité sociale et environnementale (RSE) ou celui du développement durable ce chapitre (Résumé) (DD).

Ainsi, ce chapitre se divise en deux parties distinctes. En premier lieu, les fondements théoriques et empiriques seront exposés. Puis en second lieu, le cadre conceptuel découlant de la première partie dans lequel le champ de notre étude sera dressé.

## 2.1 Fondements empirique et théoriques de la recherche

Cette partie nous permet de faire une discussion sur les connaissances antérieures sur la responsabilité sociale et environnementale ainsi que les autres concepts qui y sont corollaires tout en précisant ses constructions théoriques.

### 2.1.1 La notion d'entreprise et ses responsabilités

Perroux (1973) considère l'entreprise comme une organisation au sens de constellation de ressources productives dont l'utilisation requiert une coordination via un organe administratif. Elle peut être définie tantôt comme un système rationnel susceptible de calculs, tantôt comme un système social/naturel étranger à une stricte rationalité instrumentale.

D'une manière classique, on peut la présenter comme toute entité organisée ayant pour objet de produire des biens et services économiques (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2004). Toutefois, l'entreprise, étant encastrée dans la société, est subordonnée à la société dans laquelle elle évolue (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2015). Donc, l'entreprise n'est pas seulement une entité économique productive, « c'est également une organisation sociale dont les formes et les finalités évoluent dans le temps et dans l'espace en fonction de l'environnement culturel, social et politique » (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2015 p. 31).

Cette définition traduit bien l'idée du « *Triple Bottom line* » qui présente l'entreprise comme une entité qui a trois responsabilités : économiques, sociales et environnementales (Igalens et Joras, 2002). En ce sens, l'entreprise devient une entité responsable de ses activités ainsi que leurs conséquences vis-à-vis de la communauté dans laquelle elle évolue, c'est-ce que plusieurs chercheurs appellent « entreprise responsable » (Igalens et Joras, 2002).

Selon Driessen (2008), l'entreprise responsable est une entreprise qui prend en compte le respect des employés, des consommateurs et des fournisseurs et ne doit infliger aucun dommage à l'environnement. C'est-à-dire, c'est une entreprise qui ne doit pas se limiter uniquement à son rôle économique traditionnel, mais elle doit assumer aussi son rôle social, culturel, écologique et sociétal (Brongniart et Jacouton, 2012). En tant qu'entreprise socialement responsable, elle est appelée, d'une part, à prendre en compte les préoccupations sociétales qui peuvent caractériser son environnement et, d'autre part, à répondre aux attentes des différentes parties prenantes. En plus, elle doit mesurer les conséquences de ses activités économiques sur le plan social et environnemental dans l'objectif d'assurer le bien-être collectif (Abbes, 2013). En ce sens, l'entreprise, de par son statut d'acteur social et économique influent, a acquis le droit de s'impliquer dans les préoccupations de la société qui l'entoure (Abbes, 2013).

Pour certains chercheurs, l'entreprise n'a qu'une seule responsabilité à savoir la responsabilité économique où les entreprises conduisent leurs affaires aux seules fins de servir leurs finalités entrepreneuriales et de faire des profits pour leurs actionnaires (Friedman, 1970). Cette responsabilité [économique], selon Perroux (1996 cité dans Capron et Quairel-Lanoizelée, 2015 p. 8), « porte sur un projet productif qui détermine l'allocation des ressources et qui engendre des effets d'entraînement, la constitution de pôles de croissance, le développement d'investissements, la création

d'emplois, l'innovation et le développement de nouvelles compétences ». Cependant, ces décisions, d'ordres économiques, prises par l'entreprise en vue de la maximisation du profit et de la valeur actionnariale ont des impacts négatifs sur la communauté où évolue l'entreprise (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2015).

Ainsi, pour d'autres chercheurs comme Freeman (1984) la responsabilité de l'entreprise est plurielle, en ce sens les entreprises doivent aller au-delà de leur quête de profit, elles doivent penser au bien-être de la société et répondre aux attentes sociales des communautés les plus larges (Driessen, 2008).

Ces deux approches peuvent résumer les responsabilités de l'entreprise, d'une part, en une seule phrase « une bonne performance devient alors économique, sociale et environnementale » (Igalens et Joras, 2002 p. 13), et d'autre part, en un seul concept : la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise : la RSE.

### 2.1.2 La responsabilité sociale et environnementale des entreprises (RSE)

La notion de responsabilité sociale et environnementale des entreprises n'a pas une définition communément acceptée. Toutefois, il s'agit d'une expression qui a beaucoup évolué dans le temps et qui s'inscrit dans des disciplines différentes (Abbes, 2013). En ce sens, étant un concept transversal par essence, participatif et collaboratif par construction, la RSE apparaît comme un sujet mouvant qui doit être soumis à la discussion collective (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2015 ; Brongniart et Jacouton, 2012).

Toutefois, pour bien comprendre l'essence de la notion de responsabilité sociale et environnementale, il faut la saisir dans ces différentes dimensions. Ainsi, selon le livre vert de la Commission européenne, la RSE a deux dimensions, à savoir une dimension interne et une dimension externe. Si la première dimension concerne les salariés, la santé et la sécurité au travail, l'adaptation au changement, la gestion des retombées sur l'environnement et la gestion des ressources naturelles utilisées dans la production; la deuxième dimension s'étend au-delà du périmètre de l'entreprise par la préoccupation de la communauté locale dans laquelle l'entreprise évolue, par la collaboration avec les partenaires commerciaux, les fournisseurs et les consommateurs, par la prise en compte des enjeux des droits de l'homme, voire même par les préoccupations environnementales à l'échelle planétaire (Commission européenne, 2001). En ce sens, l'entreprise doit prendre la RSE dans sa compréhension multidimensionnelle, car dès lors que l'entreprise focalise son action sur une seule des dimensions de la RSE, c'est souvent au risque d'un report de contrainte sur les autres dimensions (Boidin, 2008).

Ainsi, la responsabilité sociale d'entreprise, de par ces caractères pluridimensionnels, peut présenter certaines ambiguïtés par le fait que sa définition peut résulter autant d'un engagement que d'une obligation. Donc, si pour le monde anglo-saxon la démarche de la RSE prend une voix volontariste, le monde latin préfère une démarche obligatoire (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2004). Selon Zramdini et al. (2017) la démarche volontaire peut être définie, par opposition à la démarche obligatoire, comme tout ce qui ne relève pas de l'obligation et qui est généralement soumis à la discrétion des dirigeants des entreprises.

Donc, face à cette conception dichotomique, la RSE peut être appréhendée par deux approches différentes, à savoir : une approche positive qui traduit la façon dont les

entreprises appréhendent leur responsabilité et une approche normative qui considère la RSE comme un but à atteindre par les entreprises (Boidin, 2008).

En fait, peu importe l'approche considérée, le concept de la RSE fait l'objet d'un ensemble de définitions tant au niveau de la science de gestion qu'au niveau des autres domaines scientifiques. Pour la Commission des Communautés européennes, la RSE peut être définie comme une démarche dans laquelle les entreprises intègrent les préoccupations sociales, environnementales et économiques dans leurs activités et dans leurs interactions avec leurs parties prenantes sur une base volontaire. En ce sens, l'entreprise doit non seulement satisfaire pleinement aux obligations juridiques applicables, mais aussi aller au-delà et investir davantage dans le capital humain, l'environnement et les relations avec les parties prenantes (Commission des Communautés européennes, 2001).

Pour le professeur Keith Davis, dans son article : *The case for and against business assumption of social responsibilities* publié en 1973, la responsabilité sociale des entreprises peut être définie comme :

*The firm's considerations of, and response to, issues beyond the narrow economic, technical, and legal requirements of the firm [...] to accomplish social [and environmental] benefits along with the traditional economic gains which the firm seeks. (Davis, 1973 p. 312)*

Cette définition présente une conception triangulaire de la RSE dans le sens que ce concept a été évoqué pour répondre simultanément à trois objectifs à savoir : un objectif économique, un objectif social et un objectif environnemental. En effet, cette conception triangulaire permet à l'entreprise d'avoir une responsabilité plus directe dans la gestion de ses impacts environnementaux et sociaux par l'intégration

[volontaire ou obligatoire] des préoccupations écologiques et sociales à ses activités économiques (Igalens et Joras, 2002).

D'autres chercheurs parlent d'une approche trilogique en ce qui concerne des pratiques de RSE. Pour Ron et Surendra (2010), l'approche trilogique de la RSE comprend la RSE externe qui fait référence à toutes les activités de l'entreprise vers l'environnement externe telles que les projets au sein des communautés locales, les parrainages, les programmes d'éducation et de développement et la participation au développement collectif du pays; la RSE interne désigne toutes les pratiques mises en œuvre dans l'entreprise, telles que les programmes de développement des employés, les pratiques de santé et de sécurité, les pratiques de gouvernance, la création d'un environnement de travail motivant et productif; et la pratique RSE environnementale concerne tout ce qui a rapport à la protection de l'environnement.

Toutefois, Berger-Douce (2008) choisit le mot engagement dans son approche trilogique. Pour lui l'engagement social favorise l'équilibre entre la vie privée et la vie professionnelle des salariés par l'encouragement du développement des compétences des employés, la motivation du personnel, gestion des compétences, l'amélioration des conditions de travail et de sécurité des salariés; l'engagement sociétal reste plutôt au niveau de la coopération avec les acteurs locaux; et l'engagement environnemental concerne des activités de réduction et de recyclage des déchets, la prévention de la pollution, la préservation de l'environnement naturel et la protection de l'environnement.

Benouakrim, Kandoussi et El Hassani (2017) ont utilisé aussi une approche trilogique de la RSE. Ils ont montré que les pratiques sociales relèvent des obligations légales et réglementaires comme (santé et sécurité au travail, formation des employés, l'épanouissement et le bien-être des collaborateurs) ; les pratiques sociétales

s'assimilent aux actions posées par l'entreprise en faveur de la communauté en participant à l'amélioration des conditions de vie de la population locale, à la mise en place des infrastructures et à la contribution à son développement local; enfin les pratiques environnementales qui concernent toutes les actions posées dans l'idée de protéger l'environnement comme recyclage des déchets, reboisements et autres.

En fonction de ces diverses conceptions, la RSE peut être définie comme l'ensemble des discours et des actes concernant l'attention portée par les entreprises à l'égard de leurs impacts sur l'environnement et la société (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2007). En ce sens, l'adoption des pratiques de responsabilité sociale et environnementale se traduit par un ralliement des performances économiques de l'entreprise à ses objectifs sociétaux d'une part, et d'autre part, de soigner son image à travers une démarche de communication mettant en avant ses pratiques managériales socialement responsables (Abbes, 2013). Ainsi, la RSE contribue à façonner l'image de l'entreprise et à construire la marque d'employeur qui constitue un facteur de forte attractivité (Brongniart et Jacouton, 2012). Elle contribue aussi à fournir un meilleur environnement aux organisations pour leurs activités économiques, et, par voie de conséquence, la RSE permet aux entreprises d'assurer leur viabilité ainsi que leur rentabilité tout en étant socialement et environnementalement responsables (Tremblay et Cormier, 1993).

En effet, si le concept de RSE s'impose aujourd'hui comme une pratique significative, voire centrale, pour l'entreprise ainsi que pour les chercheurs (particulièrement ceux en science de gestion), ce concept devient important pour les parties prenantes (les acteurs de l'entreprise) par la multiplication volontaire des rapports sociaux appelés aussi développement durable (DD), responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise (RSE) ou encore reporting societal (Abbes, 2013). Ainsi, la divulgation des informations sociales et environnementales dans des rapports spécifiques devient

l'élément principal qui peut traduire le comportement social et environnemental d'une entreprise (Ayadi, 2017). En ce sens cette partie, appelée DD/RSE ou reporting sociétal, constitue la traduction et la partie la plus visible de la responsabilité sociale des organisations (Ayadi, 2017).

### 2.1.3 Divulcation des informations sociales et environnementales

Pour certains chercheurs, les informations sociales et environnementales peuvent être considérées comme des informations extra financières ou encore des informations non financières. Selon Mathieu (2017), il s'agit des informations complémentaires aux états financiers qui permettent de comprendre les impacts d'une activité menée par l'entreprise et les mesures prises par cette entité pour limiter les risques ou réparer les effets de cette activité. Ce qui sous-tend que l'intégration des informations environnementales et sociales dans un rapport revêt d'une grande importance pour l'entreprise. Ces informations peuvent être soit intégrées dans le rapport financier, soit publiées sur les sites internet de l'entreprise ou [généralement] séparément sous la forme d'un rapport souvent intitulé : rapport de développement durable, responsabilité sociale ou reporting sociétal (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2007).

Le reporting sociétal ou rapport développement durable/ responsabilité sociale de l'entreprise (DD/RSE) peut être défini comme :

Un document établi chaque année à l'attention des parties prenantes pour communiquer sur tous les éléments concernant la politique de l'entreprise en matière de développement durable. [...] c'est aussi un document de référence qui doit rendre compte de toute information relative à l'activité de l'entreprise

et de son impact social et environnemental. [...] c'est un document institutionnel qui représente l'impact économique, environnemental et social de l'activité de l'entreprise et résume les engagements, les processus de mise en place et les résultats annuels. (Abbes, 2013 p. 110)

Selon cette définition, le rapport est un dispositif incontournable de la RSE, car c'est par le biais de ce dernier que les dirigeants d'entreprises rendent des comptes de façon transparente sur les impacts clés des activités de l'entreprise et sur les actions mises en place pour les diminuer ou de les éviter (Capron et Quairel-lanoizelée, 2007). En ce sens, la divulgation des informations sociales et environnementales a donc pour objectif d'exposer les liens entre l'activité de l'entreprise et l'environnement, et aux actions de l'entreprise en faveur de la protection et de la remise en état de l'environnement (Ben Rhouma et Cormier, 2007).

Toutefois, il s'agit d'une initiative privée adoptée par les entreprises dans l'objectif d'appréhender l'ensemble des attentes de leurs parties prenantes en communiquant sur leurs politiques sociétales, dont, l'un de ses rôles est de permettre aux investisseurs d'apprécier l'engagement des entreprises en matière sociétale (Abbes, 2013). C'est aussi une publication régulière d'informations sur la manière dont l'entreprise appréhende les impacts économiques, environnementaux et sociaux de ces activités à destination des tiers simultanément ou indépendamment de la reddition financière (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2007).

En effet, si pour Capron et Quairel-Lanoizelée (2007) la divulgation des informations sociales et environnementales est régulière, pour Noronha et al. (2013) elle peut être obligatoire ou volontaire. Toutefois, elle est préparée sur une base généralement volontaire (Noronha et al, 2013). Cette dernière, à savoir la divulgation volontaire, peut être définie comme la diffusion non obligatoire d'informations relatives à l'entreprise qui consiste à mesurer la performance d'une organisation en matière de

développement durable par la communication des résultats qui consistent à rendre compte aux parties prenantes internes et externes (Khemakhem, 2015 ; Gond et Igalens, 2008).

En fait, la divulgation des informations sociales et environnementales, obligatoire ou volontaire, peut révéler d'une grande importance pour l'entreprise. Ainsi, pour Abbes (2013), la publication de ces rapports peut fournir aux actionnaires et aux bailleurs de fonds institutionnels un support de données financières, sociales et environnementales comme un moyen de bord pour leur appréciation. En plus, ces rapports deviennent souvent indispensables pour réaliser une vérification des résultats de l'entreprise et statuer sur ses investissements socialement responsables (Abbes, 2013). La publication de ces rapports permet aussi aux entreprises d'attester de leur bonne conduite environnementale et afficher une meilleure image au niveau de la société. Et, de par son importance, elle constitue, désormais, un élément de communication essentielle pour l'entreprise (Abbes, 2013).

Ainsi, si pour Abbes (2013) la divulgation des informations extra financières par une entreprise quelconque révèle d'une grande importance, il faut nous rappeler que la publication des informations sociales et environnementales n'est pas un phénomène nouveau, car un nombre croissant d'entreprises commencent à publier des rapports environnement dans lesquelles elles rendent compte des impacts environnementaux de leur activité, de leur engagement à les réduire, des moyens mis en œuvre et des résultats obtenus depuis le début des années 1990 (Antheaume, 2001 ; Christophe, 2012). Aujourd'hui, on assiste à une publication croissante de ces types de rapport. Cette explosion croissante de la publication des informations sociales et environnementales peut-être expliquée par un ensemble de facteurs comme :

Les attentes des parties prenantes, le renforcement des législations, l'institutionnalisation de la problématique du « développement durable », les demandes des investisseurs relayées par les autorités de contrôle des marchés financiers et les agences de notation sociétales. (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2007 p. 100)

Tout ceci nous amène à comprendre qu'il y a une sorte de progression mondiale en termes de divulgation des informations sociales et environnementales. En effet, selon l'étude triennale internationale de KPMG publiée en 2016 (cité dans Capron et Quairel-Lanoizelée, 2016) 92% des deux cent cinquante plus grandes entreprises mondiales publient un rapport sur les informations sociales et environnementales en 2015 pourtant la proportion n'était que 35% en 1999. Cet engouement de divulgation des informations extra financières se manifeste à travers le monde. Ainsi, selon ce même rapport, cette croissance de divulgation des informations de RSE a évolué à un rythme exponentiel dans des pays d'Asie-Pacifique, car la proportion des cent plus grandes entreprises dans cette région publiant un rapport DD/RSE est passée de 41% à 79% dans une période de cinq années ; il faut souligner que ce taux de publication est équivalent à celui de l'Europe de l'Ouest (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2016).

Gond et Igalens (2014) mentionnent dans un ouvrage sur la RSE que le nombre des entreprises au niveau mondial qui rendent compte chaque année de leurs résultats sur la responsabilité sociale et environnementale soit attaché dans leur rapport annuel, soit sur leur site d'internet ou dans des rapports spécifiques comme le rapport DD/RSE, représentent plus de cinq milles. Cela sous-entend que la divulgation des informations sociales et environnementales devient un dispositif incontournable pour toutes les entreprises qui s'impliquent dans la RSE à travers le monde.

S'il est vrai que le nombre des entreprises qui divulguent des informations dans le monde tend à augmenter, certains chercheurs questionnent sur la qualité de ses informations divulguées, d'autres questionnent leurs contenues. En effet, malgré cet engouement des entreprises pour la divulgation des informations de RSE, la qualité des informations diffusées reste significativement à améliorer (Quairel-Lanoizelée, 2004). De nos jours, les informations divulguées font l'objet de diverses critiques par rapport aux qualités, comme le manque d'exhaustivité en termes de contenu et du périmètre, le manque de comparabilité de ces informations d'une année à l'autre, le manque des données chiffrées rapportées aux objectifs (Quairel-Lanoizelée, 2004). Ce qui nous amène à comprendre qu'en dehors de la quantité des informations divulguées, la qualité de la divulgation peut avoir un impact sur la création de la réputation de l'entreprise (Hasseldine et al. ,2005).

Ainsi, de nos jours, le reporting représente un dispositif incontournable d'une politique RSE (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2016), pour les entreprises qui s'impliquent dans le domaine de la responsabilité sociale et environnementale. Pourtant, malgré l'enjeu que représente cet outil aujourd'hui pour les entreprises qui s'impliquent dans ce domaine un peu partout dans le monde, certaines entreprises développent des politiques de responsabilités sociales et environnementales, mais ne divulguent pas des informations sur leurs implications sociales et environnementales au niveau de la communauté, soit dans des rapports spécifiques comme le « rapport développement durable » ou le « rapport de responsabilité sociale » ou attachés à leurs rapports annuels.

#### 2.1.4 La non-divulgence des informations de RSE

La littérature sur les informations sociales et environnementales est beaucoup plus riche sur la notion de divulgation que la notion de non-divulgence des informations de RSE. Pour plusieurs chercheurs, on parle de la non-divulgence des informations à chaque fois qu'une entité ne décide pas de rendre publiques certaines informations. En effet, la non-divulgence des informations de RSE peut être liée à un ensemble de facteurs comme le contexte culturel donné que l'entreprise se trouve (Adams, 2004) ; les secrets sur certaines activités de l'entreprise (Teoh et Thong, 1984) ; l'insuffisance des groupes de pression et l'absence de législation en matière sociale et environnementale (Gao, Heravi et Xiao, 2005) ; la mauvaise performance de l'entreprise et la peur d'une mauvaise publicité (Belal et Cooper, 2007).

Toutefois, d'autres études montrent le contraire de ces facteurs cités ci-dessus. L'étude de Kuasirikin et Sherer (2004) sur les niveaux de RSE en Thaïlande montre que malgré une législation sociale et environnementale croissante, une sensibilisation accrue du public, une bonne performance de l'entreprise et une dégradation des conditions sociales et environnementales, les niveaux de RSE en Thaïlande ne se sont pas améliorés.

Cependant, selon Swaen et Vanhamme (2006) certaines entreprises décident de ne pas publier certaines informations par rapport à l'existence d'une certaine asymétrie qui semble exister entre les conséquences positives liées aux publications de ces informations et les conséquences négatives que peut engendrer la divulgation de ces informations par des accusations des diverses parties prenantes de l'entreprise. Ces derniers avancent que plus on est transparent, plus on est risqué de se faire critiquer,

car il paraît que les entreprises qui ne divulguent pas sont moins critiquées que celles qui font des divulgations (Swaen et Vanhamme, 2006).

Toutefois, l'entreprise étant encastrée dans une société, elle doit chercher toujours un compromis avec la société dans laquelle elle exerce ses activités. Ce qui fait que l'entreprise n'est pas toujours libre de prendre une décision donnée et de la tenir sans approbation de ces parties prenantes, car elle ne peut pas être insensible aux pressions de la société civile et aux défis sociétaux de son temps (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2015). Ainsi, si tous les acteurs de l'entreprise (ONG, syndicats, investisseurs, entreprises, auditeurs, etc.) s'accordent sur le principe d'une diffusion d'informations sociales et environnementales et, par la suite, reconnaissent le rapport DD/RSE comme un dispositif de la responsabilité sociale des entreprises, l'entreprise continuerait-elle à ne pas divulguer des informations ou pas sur ses activités au niveau de la communauté (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2015).

Toutes ces préoccupations ont attiré notre curiosité intellectuelle dans le cadre de ce travail, et ceci nous pousse à poser comme question de recherche : pourquoi les entreprises haïtiennes ne divulguent pas des informations en termes de responsabilités sociales et environnementales, soit dans le rapport annuel ou dans des rapports détachés comme le rapport de RSE ou de DD ?

Pour essayer de répondre à cette question nous avons considéré un ensemble de facteurs qui pourraient être dus à la non-divulgation des informations de RSE par une entreprise donnée par exemple : l'absence des groupes de pression (Watts et Zimmerman, 1990 ; Hogner, 1982 ; Lindblom, 1994), les coûts élevés de préparation des rapports de développement durable ou de RSE, la peur de communiquer des informations dites secrètes, la stratégie de rétention des informations (Cormier,

Magnan et Velthoven, 2001 ; Cormier et Magnan, 2003 ; Li, Richardson et Thornton, 1997), et le mimétisme institutionnel qui est comme une adaptation mimétique ou symbolique d'une entreprise à un contexte institutionnel ou culturel donné (Di Maggio et Powell, 1997).

Les facteurs évoqués ci-dessus peuvent être étudiés par divers courants théoriques, nous avons retenu trois théories pour essayer de comprendre la raison qui pousse les entreprises à ne pas divulguer les informations en termes de responsabilités sociales et environnementales dans des rapports spécifiques malgré leurs implications dans ce domaine. Tout d'abord, la théorie de légitimité (Patten, 2002 ; Deegan et Gordon, 1996 ; Clarkson et al. 2008) pour comprendre les réactions des entreprises haïtiennes face aux menaces des groupes de pression. Ensuite, la théorie des coûts d'information (Cormier, Magnan et Velthoven, 2001 ; Cormier et Magnan, 2003 ; Li, Richardson et Thornton, 1997) pour expliquer les facteurs liés aux coûts de préparation des rapports, la peur de communiquer des informations dites secrètes et la stratégie de rétention des informations. Enfin, la théorie néo-institutionnelle qui permet d'analyser le comportement mimétique des organisations dans la divulgation dans le sens que les entreprises suivent le comportement des proactifs dans l'incertitude (Di Maggio et Powell, 1997).

Étant donné qu'il s'agit d'un travail de recherche qualitative, notre objectif ce n'est pas de tester les théories, mais pour essayer d'expliquer nos principaux concepts. En ce sens, ces théories nous serviront de guide pour analyser nos principaux résultats qui découleront de notre méthodologie et de nos outils de collecte de données.

### 2.1.5 De la théorie de la légitimité

Selon Suchman (1995), la notion de légitimité est une supposition ou une impression partagée selon laquelle les actions d'une organisation sont considérées comme désirables, convenables ou appropriées par rapport au système socialement construit de normes, de valeurs ou de croyances sociales. En ce sens, le comportement d'une entreprise est jugé comme acceptable en fonction des valeurs ou des normes sociales d'une société donnée à un moment donné. Ce qui rend la notion de légitimité consubstantielle de l'ordre social établi (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2015).

La consubstantialité de la légitimité de l'ordre social rend l'entreprise dans une situation où elle peut gagner une certaine légitimité à un moment donné, et de la perdre à un autre moment donné. Dans le sens que sa légitimité peut être révoquée par la même société qui l'a donnée. Car, la légitimité est un jugement social qui est accordé à l'organisation par ces parties prenantes (Ashforth et Gibbs, 1990). En ce sens, l'entreprise doit chercher à convaincre les parties prenantes que ces activités sont en harmonie avec les attentes, les valeurs et les normes de la communauté.

La démarche de l'entreprise pour montrer que ses activités sont en harmonie avec les attentes, les valeurs et les normes des parties prenantes se fait dans l'idée pour assurer une certaine légitimité de la part de la communauté qu'elle évolue, car son encastrement dans la société fait d'elle une entité qui est soumise aux règles de cette société. En ce sens, elle doit donc chercher une sorte d'acceptabilité sociale qui fonde sa légitimité à exercer ses activités au niveau de la communauté (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2015).

La recherche de cette acceptabilité sociale par l'organisation est primordiale, car selon Lehman (1983) la théorie de légitimité étant basée sur la notion du contrat social entre la société et l'entreprise, non seulement cette dernière doit poser des actions en termes de RSE au niveau de la communauté, mais elle doit aussi divulguer suffisamment d'informations sur les actions posées au niveau de la communauté pour que cette dernière puisse évaluer si elle est une entreprise responsable ou non. En ce sens, en légitimant ses actions par la divulgation au niveau de la communauté, l'organisation espère finalement justifier son existence continue au niveau de la communauté (Guthrie et Parker, 1989).

En effet, si pour Lehman (1983) la légitimité de l'entreprise est conditionnée non seulement par ses actions sociales, mais aussi par la divulgation des informations sur ses actions posées au niveau de la communauté, pour Guthrie et Parker (1989) la divulgation ne peut pas expliquer à elle seule la légitimité de l'entreprise. Cela nous amène à comprendre que pour l'entreprise gagne ou conserve sa légitimité, elle doit soigner son image de marque et sa réputation en s'attachant à satisfaire les attentes de toutes ces parties prenantes surtout celles qui sont susceptibles de menacer ou d'affecter la réalisation de ses objectifs et de ses intérêts (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2015).

Ainsi, face aux menaces des groupes de pression qui sont susceptibles d'affecter les objectifs et les intérêts de l'entreprise au niveau de la communauté, elle doit toujours chercher à acquérir une certaine légitimité et une fois l'acquérir, elle doit la maintenir. Cette recherche de légitimité peut-être se fait par des actions concrètes au niveau de la communauté (légitimité substantive) ou par des images ou des symboles (légitimité symbolique). Ces deux stratégies de recherche de légitimité ont été développées par Ashforth et Gibbs (1990) où la légitimité substantive se présente comme une approche qui implique un changement réel et matériel des objectifs organisationnels,

des structures et des processus ou des pratiques ; la légitimité symbolique permet de comprendre que plutôt que de changer réellement ses habitudes, l'organisation pourrait simplement les représenter ou les gérer symboliquement de manière à sembler correspondre aux valeurs et aux attentes sociales.

En effet, si pour la légitimité substantive l'organisation doit se mettre en conformité avec les normes, les lois, les traditions socialement construites au niveau de la communauté, la légitimité symbolique transforme le sens des actes dans le sens qu'il s'agit de créer une sorte d'impression superficielle au moyen des symboles et d'images. C'est pourquoi que Meyer et Rowan (1977 cité dans Capron et Quairel-Lanoizelée, 2015) présentent ces deux formes de légitimité comme deux formes d'actions que peuvent poser l'entreprise au niveau de la communauté pour avoir une certaine légitimité : les actions effectives (légitimité substantive) ou les actions symboliques (légitimité symbolique).

Ces deux formes de légitimité nous serviront comme un guide pour pouvoir analyser l'absence ou pas de groupe de pression comme facteur pouvant inciter ou pas les entreprises haïtiennes à ne pas divulguer les informations sociales et environnementales soit dans leurs rapports annuels ou d'une manière détachée dans des rapports spécifiques comme le rapport DD/RSE.

### 2.1.6 De la théorie néo-institutionnelle

Selon Chaney et Slimane (2014), la théorie néo-institutionnelle est une théorie qui appréhende l'organisation comme un système ouvert façonné par des pressions exogènes et qui dicte les tendances de continuité et de changement des pratiques sociales. En ce sens, elle cherche à étudier la genèse et la diffusion des pratiques sociales. Elle permet aussi d'expliquer la ressemblance entre les organisations qui font face aux mêmes pressions sociales (DiMaggio et Powell, 1983). En effet, il s'agit d'une approche qui apporte une représentation de l'entreprise fortement calquée sur les valeurs et la culture de la société qui l'environne (Capron, 2003).

La théorie néo-institutionnelle permet aussi d'expliquer la publication d'informations sociales et environnementales comme une réponse à des contraintes légales, à des normes professionnelles et sectorielles, ou bien comme un comportement mimétique qui, dans l'incertitude, les organisations vont se conformer aux pratiques reconnues comme bonnes (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2007). Cette situation d'incertitude peut se traduire dans un cadre contextuel où il est difficile pour l'entreprise de connaître à l'avance les conséquences des choix effectués - ce qui est le cas dans un grand nombre de situations – ainsi, face à cette situation d'incertitude, les organisations tendent à se copier les unes les autres (Klarsfeld et Delpuech, 2008).

Selon DiMaggio et Powell (1983), la théorie néo-institutionnelle peut s'inscrire dans une conception trilogique à savoir : mimétique, normative ou coercitive. En effet, dans la conception coercitive de la théorie néo-institutionnelle, les organisations sont contraintes par la loi et la réglementation ; pourtant dans sa conception normative les comportements des organisations sont plutôt édictés par les milieux professionnels

qui définissent des bases cognitives pouvant réguler les activités des entreprises afin que toutes les entreprises aient un comportement similaire, et enfin dans la partie mimétique de cette théorie les entreprises adoptent des comportements mimétiques qui les conduisent à imiter les autres qui sont dans le même secteur (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2004).

En effet, parmi ces trois dimensions de la théorie néo-institutionnelle, la logique mimétique semble dominer les pratiques actuelles, car c'est celle qui caractérise le plus cette théorie (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2004 ; Chaney et Slimane, 2014). Il s'agit d'une sorte d'isomorphisme au sein du champ organisationnel où les entreprises vont rechercher des modèles déjà adoptés par d'autres organisations au sein de leur champ organisationnel (DiMaggio et Powell, 1983). La pratique commune de ce modèle par toutes les entreprises qui sont dans le même champ organisationnel va contribuer au renforcement de l'institutionnalisation de cette pratique. Et, une fois cette pratique est institutionnalisée, elle risque de devenir la norme dans ce champ organisationnel (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2015).

Le champ organisationnel peut être défini comme l'ensemble des organisations qui constitue une aire de vie institutionnelle identifiable grâce à leurs interactions répétées. C'est aussi une communauté d'organisations qui possède un système commun de compréhension et dont les participants interagissent plus fréquemment les uns avec les autres qu'avec les acteurs en dehors du champ (Scott, 1995). Pour Hoffman (1999) le fondement de ce champ organisationnel est l'ensemble des relations unissant les membres ainsi que le sens social partagé entre les organisations. Ainsi, chaque champ organisationnel est donc basé sur une culture propre qui peut être comprise comme l'ensemble des croyances et des pratiques communes aux membres du champ (Chaney et Slimane, 2014).

Ainsi, comme toutes les entreprises à travers le monde, celles qui fonctionnent en Haïti ne peuvent pas s'échapper du contexte culturel où elles exercent leurs activités. En ce sens, elles sont intégrées dans un contexte culturel particulier et forment un champ organisationnel à part entier. Donc, les comportements de ces entreprises face à la divulgation des informations sociales et environnementales doivent être étudiés dans leur contexte culturel.

Dans le cadre de ce travail, nous pensons que l'utilisation de la théorie néo-institutionnelle dans sa logique mimétique nous permettra de comprendre le comportement « isomorphe » des entreprises haïtiennes dans la divulgation ou non des informations sociales et environnementales soit dans leurs rapports annuels ou d'une manière détachée dans des rapports spécifiques comme le rapport DD/RSE.

#### 2.1.7 De la théorie des coûts d'information

En matière de divulgation des informations sociales et environnementales, plusieurs chercheurs ont essayé d'établir une relation entre la quantité d'informations publiées et les coûts que peut supporter une entreprise, relativement aux conséquences de cette publication. Ce qui sous-tend que, avant même de prendre une décision de divulguer ou pas des informations, les responsables d'une entreprise donnée peuvent analyser les avantages et les désavantages qu'ils vont tirer dans la logique du rapport coûts/bénéfices. En ce sens, si les coûts pour divulguer une information donnée vont être supérieurs aux bénéfices escomptés, les responsables peuvent décider de ne pas divulguer cette information.

Selon Depoers (2000) la communication des informations de RSE est coûteuse non seulement en termes de temps à passer à collecter et établir l'information à publier, mais en termes de coûts de préparations des rapports. Pour d'autres chercheurs, la divulgation volontaire peut-être coûteuse de manière indirecte en attirant l'attention des concurrents et engendrer des désavantages compétitifs, et en attirant aussi l'attention des pouvoirs politiques, elle peut engendrer des dépenses réglementaires (Diouani et Khelif, 2013).

Pour Dye (1985), la transparence en matière de divulgation des informations (sociales et environnementales) est considérée comme l'un des facteurs qui peuvent engendrer des coûts importants pour l'entreprise. Car, selon la théorie des coûts d'informations, ces coûts liés à la transparence sont dus à l'utilisation de l'information par des tierces parties et ceci aux dépens de l'entreprise qui a publié l'information.

Face à tous ces facteurs qui montrent comment la divulgation d'une information peut être coûteuse pour une entreprise, il revient aux gestionnaires pour chercher un compromis entre les coûts et les bénéfices de l'information divulguée. En ce sens, l'entreprise peut contrôler sa divulgation et peut décider de retenir l'information ou d'en divulguer moins, pour ne pas porter atteinte à sa fonction concurrentielle et éviter les coûts exclusifs qui peuvent être générés par des groupes de pression (Rhouma, 2008).

En d'autres termes, les gestionnaires de RSE peuvent faire une analyse coûts/bénéfices à partir de la perception qu'il se fait des valeurs des parties prenantes de son entreprise. En ce sens, le gestionnaire peut ne pas publier des informations par « la crainte du vol d'information confidentielle », attentif au contrôle de ses coûts exclusifs (Caron et Gendron, 2007).

Ces derniers, à savoir les coûts exclusifs, sont des coûts qui sont liés à la dévalorisation de l'entreprise par les groupes de pression qui ont pu obtenir l'information divulguée par l'entreprise, ou du moins les autres concurrents qui vont avoir accès aux informations dites confidentielles de l'entreprise et qui vont tourner à son contre (Cormier et Magnan, 2003). Pour ces auteurs, la capacité de l'entreprise à supporter ces coûts exclusifs affecte en grande partie la stratégie de divulgation environnementale.

Ainsi, dans le cadre de notre travail, la théorie de coûts d'information nous permet de comprendre divers facteurs qui sont liés aux coûts d'informations comme les coûts de préparation des rapports, la peur de communiquer des informations dites secrètes et la stratégie de rétention des informations, et qui pourraient expliquer les raisons qui poussent les entreprises haïtiennes à ne pas divulguer des informations soit dans leurs rapports annuels ou d'une manière détachée dans des rapports spécifiques comme le rapport DD/RSE.

Cet effort de compréhension des facteurs qui sont liés à la divulgation ou pas des informations de RSE par les entreprises haïtiennes traduit notre curiosité intellectuelle en cherchant à comprendre : pourquoi les entreprises haïtiennes ne divulguent pas des informations sociales et environnementales dans leurs rapports annuels ou ceux du développement durable ? Cette question paraît très pertinente dans le sens que les entreprises haïtiennes font des actions en termes de responsabilités sociales et environnementales, mais ne les divulguent pas.

Ainsi, bien avant d'apporter une réponse à cette question, nous allons présenter le cadre conceptuel du travail comme la deuxième partie de notre revue de littérature. Il

faut dire que ce cadre conceptuel ci-dessous découle des fondements empiriques et théoriques présentés ci-dessus.

## 2.2 Cadre conceptuel

Ce cadre conceptuel, découlé de nos fondements empiriques et théoriques ci-dessus, est constitué d'un ensemble de concepts liés les uns aux autres. La figure ci-dessous présente l'ensemble des concepts comme un tout inter relié dans des boîtes que l'on peut appeler cadre conceptuel (Jacobi et al, 1994). Il s'agit, selon Jacobi et al. (1994), de construire une représentation spatiale d'une base de connaissances de type déclaratif. Pour cela, le chercheur isole et choisit les concepts pertinents, les hiérarchise par niveaux ordonnés, puis il relie les concepts entre eux par des ponts ou des liens homogènes (Jacobi et al, 1994). En ce sens, l'élaboration d'un cadre conceptuel nous permettra d'extérioriser notre pensée à travers l'agencement des concepts mis en jeu. (Marchand et d'Ivernois, 2004).

Le cadre conceptuel, une fois constitué, va nous permettre, tout d'abord de mettre en évidence les différents concepts envisagés dans le cadre de ce travail de recherche dans l'idée d'explicitier nos objectifs de recherche ; elle permet également, selon De Bueger-Vander Borgh et Lambert (1994), de montrer la façon dont nous avons hiérarchisé les concepts entre eux ainsi que la façon dont formulés les liens entre eux.

Dans cette partie, il s'agit d'établir les liens qui existent sur l'ensemble de nos concepts à partir de notre cadre conceptuel. Pour ce faire, nous allons présenter le cadre conceptuel (voir figure ci-dessous), et dans un deuxième temps nous allons, à partir de la littérature existante, établir les liens entre ces principaux concepts.

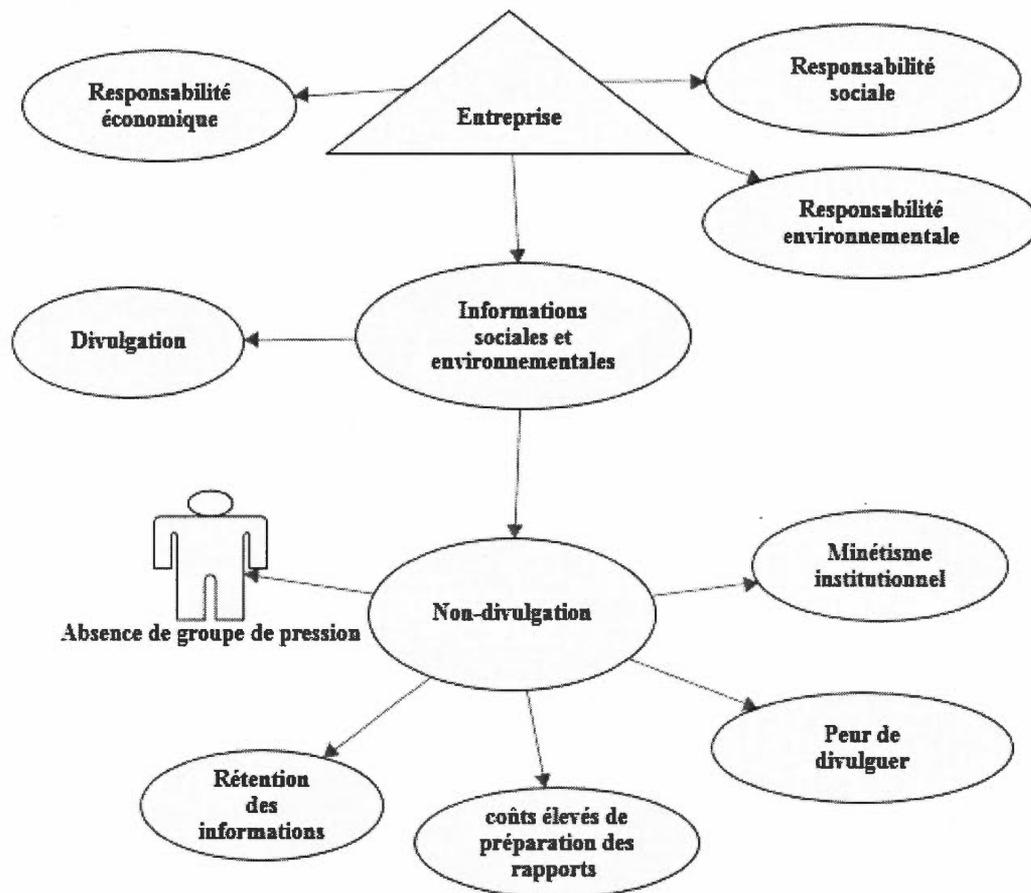


Figure 2.1 Cadre conceptuel

### 2.2.1 Liens entre les éléments du cadre conceptuel

Les fondements empiriques et conceptuels de notre travail nous ont permis de proposer un cadre conceptuel qui peut se diviser en trois parties : l'entreprise et ses responsabilités, les informations sociales et environnementales et ses corolaires (la divulgation et la non-divulgation), la non-divulgation et les facteurs qui y sont liés.

Les deux premières catégories de ce cadre conceptuel ont été bien élaborées au niveau des fondements empiriques et théoriques de ce travail de recherche. La troisième partie de ce cadre conceptuel fera l'objet de la présentation de nos principaux résultats, car cette partie consiste à répondre, d'une part, à notre question de recherche, et, d'autre part, à atteindre nos objectifs de recherche qui consistent à regarder les pratiques environnementales sociales et sociétales des entreprises haïtiennes et les raisons qui motivent ces entreprises à ne pas divulguer des informations de RSE.

Ainsi, dans ce cadre conceptuel, la responsabilité sociale et environnementale des entreprises (RSE) joue un grand rôle dans l'organisation des concepts. Toutefois, vu notre question de recherche qui cherche à comprendre les raisons qui pourraient motiver les entreprises haïtiennes à ne pas divulguer des informations en termes de responsabilités sociales et environnementales malgré leur implication en termes d'actions sociales et environnementales dans la communauté, d'autres concepts ont été émergés.

En lisant le cadre de haut en bas, le premier niveau veut être une présentation succincte des trois responsabilités d'une entreprise citoyenne, c'est-à-dire une entreprise qui s'implique dans les activités de la RSE. Il s'agit, en fait, des responsabilités économiques, sociales et environnementales. Le deuxième niveau concerne le concept « informations sociales et environnementales ». Ce concept traduit toutes formes de divulgations des informations par les entreprises en termes de responsabilités sociales et environnementales dans des rapports spécifiques ou traditionnels. Il sert aussi à établir le lien entre la divulgation et la non-divulgation des informations sociales et environnementales par les entreprises qui représente le troisième niveau.

Ce concept, la non-divulgence des informations de RSE, cherche à identifier les facteurs qui pourraient empêcher les entreprises haïtiennes, malgré leur implication dans les activités de RSE, à ne pas divulguer des informations sur les actions sociales et environnementales menées au niveau de la communauté. Étant donné que notre travail de recherche s'inscrit dans une logique déductive inductive, ce concept nous a permis d'identifier un ensemble de facteurs au niveau de nos fondements empiriques et théoriques ci-dessus qui pourraient empêcher les entreprises à ne pas divulguer des informations sur les activités de RSE, comme : l'absence de groupe de pression qui pourrait menacer la légitimité des entreprises soit par des actions de boycottage ou soit par dénonciation, la peur de divulguer certaines informations dites secrètes ou confidentielles, les coûts de préparation des rapports élevés, la rétention des informations par les entreprises, le mimétisme institutionnel dans le sens que les entreprises suivent les comportements des entreprises pionnières dans le domaine RSE. Ces facteurs ont été choisis par rapport aux fondements empiriques et théoriques de notre travail.

Il faut souligner également que ces concepts, ainsi identifiés, avant même d'aller sur le terrain, ont été confrontés avec la réalité du terrain. Ainsi, la majorité des concepts étaient maintenus, toutefois, par rapport aux terrains nous avons trouvé quelques concepts pour compléter les autres. Cependant, les liaisons entre les concepts restent toujours au niveau de ce cadre conceptuel comme un élément fondamental pouvant faciliter la compréhension du lecteur.

Ainsi, pour mieux comprendre les facteurs qui pourraient empêcher les entreprises haïtiennes à ne pas divulguer des informations sur leurs pratiques sociales et environnementales et, du même coup, pour répondre à notre question de recherche, nous allons présenter, à travers une étude exploratoire, nos outils méthodologiques qualitatifs : entretiens semi-dirigés, ainsi que notre échantillon qui est composé de

quatre (4) entreprises haïtiennes qui s'impliquent dans la responsabilité sociale et environnementale en Haïti.

## CHAPITRE III

### CADRE MÉTHODOLOGIQUE

Cette partie expose les aspects méthodologiques de ce travail de recherche. Nous aborderons, dans un premier temps, les raisons qui sont derrière notre choix méthodologique, soit celui d'une recherche de type qualitative. Ensuite, nous présenterons notre stratégie globale de recherche, en précisant l'approche méthodologique choisie, la méthode de collecte de données, l'échantillon choisi et les stratégies d'analyses des données recueillies.

#### 3.1 Devis de recherche : approche qualitative

Boidin (2008) a identifié trois démarches méthodologiques pour comprendre empiriquement les discours et les pratiques de la responsabilité sociale des entreprises. La première démarche est d'ordre quantitatif, les chercheurs l'utilisent souvent pour tester les liens entre les pratiques d'entreprises et les résultats (par exemple études de l'impact environnemental sur la performance financière, performance sociale, etc.). Cette démarche nécessite une évaluation généralement chiffrée (test statistique), un échantillon suffisamment important d'entreprises, ce qui

n'est pas facile à faire dans les différentes facettes de la RSE. La deuxième démarche est de nature qualitative qui permet aux chercheurs de cerner les pratiques de la RSE en s'appuyant généralement sur une ou plusieurs études de cas et en utilisant des méthodes comme entretiens, recherche documentaire, observation. Si cette démarche peut présenter l'inconvénient de ne pas pouvoir généraliser, elle permet de déboucher sur des conclusions fines. Et, la troisième démarche est sectorielle et/ou mésoéconomie, elle est fondée sur une analyse d'informations de différentes natures comme données chiffrées, étude de cas réinterprétés ou étude comparatives.

Étant donné qu'il s'agit d'une recherche de type exploratoire dans le contexte de l'étude, soit d'examiner les enjeux communicationnels des entreprises haïtiennes en matière de divulgation des informations sociales et environnementales, nous avons choisi d'adopter une approche qualitative. Selon Charreire et Durieux (2003), les méthodologies qualitatives sont généralement plus courantes pour une étude exploratoire. Elle est généralement utilisée pour décrire une situation sociale, un évènement, un groupe ou un processus et parvenir ainsi à une compréhension plus approfondie (Turcotte, 2000). Elle sert aussi à comprendre le sens de la réalité sociale dans laquelle s'inscrit l'action ; elle fait usage du raisonnement inductif et vise une compréhension élargie des phénomènes (Fortin, 2016).

En effet, si pour plus d'un, la forme qualitative de la recherche est subjective, mais elle permet aux chercheurs de mettre l'accent sur des questions qui peuvent difficilement être obtenues par les méthodologies quantitatives. Ainsi, de par ses techniques spécifiques de collecte de données, la démarche qualitative s'avère très utile pour comprendre les perceptions et les sentiments des personnes (Fortin, 2016).

En ce sens, l'approche qualitative s'avère des plus pertinentes pour recueillir des récits liés à la compréhension des dirigeants de ces entreprises en Haïti sur la

responsabilité sociale et environnementale, d'une part, et sur la question de la divulgation de ces informations, d'autre part. Autrement dit, l'approche qualitative nous permettra de donner aux responsables des entreprises haïtiennes qui s'impliquent dans la RSE la possibilité de dire, dans leurs propres mots, le sens qu'ils accordent à la divulgation des informations de RSE. Car, la recherche qualitative implique un contact personnel avec les sujets de la recherche dans les milieux mêmes où évoluent les acteurs (Paillé et Mucchielli, 2008).

En choisissant l'approche qualitative, nous allons essayer de comprendre la réalité contextuelle de la divulgation des informations de RSE, car la recherche qualitative tend à fournir un processus par lequel il est possible d'examiner un phénomène au-delà des visions traditionnelles et permet de comprendre une réalité contextuelle des personnes dans leur milieu de vie (Fortin, 2016).

### 3.2 Méthode de recherche

Selon Fortin (2016), dans les recherches qualitatives on utilise généralement quatre différentes approches : l'ethnographie qui consiste à comprendre les modes de vie de groupes issus de différentes cultures; la phénoménologie qui repose sur la description d'une expérience humaine telle que la personne l'a vécue; la théorisation ancrée (grounded theory) qui vise à élaborer une proposition théorique à partir de problèmes constatés dans des contextes sociaux spécifiques; et enfin l'étude de cas qui consiste à explorer de façon détaillée une entité qu'elle soit un groupe de personnes, une famille ou une organisation quelconque.

Toutefois, d'autres chercheurs comme Warren et Karner (2010) et Poupart et al. (1997) tendent vers l'utilisation d'une autre méthode de recherche qualitative à savoir : l'entretien de recherche. Ainsi, pour Warren et Karner (2010) l'entretien de recherche est une méthode qualitative qui peut être utilisée conjointement avec une autre méthode ou qui peut mener comme la seule méthode de recherche dans une étude qualitative. Ils avancent que la décision d'utiliser l'entrevue comme la seule méthode de recherche ou non dépend de la question de recherche que l'on tend à répondre. Pour Poupart et al. (1997), l'entretien de recherche est indispensable non seulement comme méthode de recherche pour appréhender l'expérience des autres, mais également comme outil de collecte de données permettant d'appréhender les conduites des acteurs dans leurs propres perspectives, c'est-à-dire du sens qu'eux-mêmes qu'ils confèrent à leurs actions.

Pour Romelaer (2005), l'entrevue ou entretien de recherche est considéré, de nos jours, comme l'une des méthodes de recherche qualitative les plus utilisées en sciences de gestion. En ce sens, l'entretien de recherche peut s'imposer parmi les autres méthodes de recherche qualitative dans l'idée d'avoir un corpus de recherche beaucoup plus vaste.

En effet, dans le cadre de ce travail, nous utilisons l'entretien comme méthode de recherche. Ce choix de l'entretien de recherche par rapport aux autres méthodes de recherche utilisées en science de gestion peut être expliqué par le fait qu'il s'agit d'une étude exploratoire dans le contexte haïtien sur la divulgation des informations sociales et environnementales des entreprises, car selon Blanchet et Gotman (2007) « l'entretien de recherche s'impose chaque fois que l'on ignore le monde de référence, ou que l'on ne veut pas décider à priori du système de cohérence interne des informations recherchées » (p. 37)

### 3.3 Les outils de collecte de données

Plusieurs techniques de collecte de données peuvent être mises de l'avant dans une recherche, notamment le questionnaire écrit, l'analyse documentaire, l'entretien en face à face individuel ou de groupe, l'entrevue téléphonique, l'observation de milieu, pour ne nommer que les plus utilisées. Toutefois, dans les recherches qualitatives, la collecte de données peut se faire à partir de trois méthodes principales : l'observation, l'entrevue et le questionnaire (Barbillon et Le Roy, 2012). Et, c'est en fonction de l'objet de l'étude que le chercheur va privilégier une méthode plutôt qu'une autre (Barbillon et Le Roy, 2012).

Parmi ces trois méthodes, l'entrevue étant une méthode qui offre une plus grande liberté d'expression par rapport aux deux autres : questionnaires et d'observation (Barbillon et Le Roy, 2012), dans le cadre de notre travail de recherche, nous avons fait choix de l'entrevue comme stratégie de collecte de données. Cette technique de collecte de données a été définie par Savoie-Zajc (dans Gauthier, 2016 : 337-362) comme :

Une interaction verbale entre des personnes qui s'engagent volontairement dans pareille relation afin de partager un savoir d'expertise, et ce, pour mieux dégager conjointement une compréhension d'un phénomène d'intérêt pour les personnes en présence. (2016, p. 339)

De par son importance dans les différents types de recherches, il existe un ensemble type d'entrevues. Toutefois, selon Fenneteau (2007) la forme classique de l'entrevue est la technique dite individuelle qui peut être divisée traditionnellement en trois catégories à savoir : entrevue non directive, entrevue directive et entrevue semi-

directive. Cette dernière, entrevue semi-directive, selon Barbillion et Le Roy (2012) facilite l'accès à des informations insoupçonnées et permet au chercheur d'aborder sa thématique de manière élargie en y intégrant de nouveaux aspects.

Pour Savoie-Zajc (dans Gauthier, 2016 : 337-362) :

L'entrevue semi-dirigée consiste en une interaction verbale animée de façon souple par le chercheur. Celui-ci se laissera guider par le rythme et le contenu unique de l'échange dans le but d'aborder, sur un mode qui ressemble à celui de la conversation, les thèmes généraux qu'il souhaite explorer avec le participant à la recherche. Grâce à cette interaction, une compréhension riche du phénomène à l'étude sera construite conjointement avec l'interviewé. (2016, p. 340)

Ainsi, dans le cadre de notre travail de recherche, nous avons fait choix de l'entrevue semi-dirigée comme outil de collecte de données. Ce choix peut être expliqué par le fait que, dans une collecte de données qualitatives, l'entrevue semi-structurée est le type d'entrevue le plus fréquemment utilisé (Turcotte, 2000). De plus, elle est une méthode qui est souvent considérée comme un moyen d'explorer une réalité ou un champ peu étudié (Dorais, 1993). Et, selon Dorais (1993), cette technique offre l'heureuse possibilité de s'immerger dans le monde et dans la pensée d'un interlocuteur afin de mieux saisir son point de vue.

Donc, l'utilisation de cette technique de collecte de données va nous permettre d'acquérir un ensemble d'informations en laissant aux participants de les exprimer librement sur nos différents thèmes. Car, elle offre au chercheur un espace où les sujets ne se contentent pas de répondre à des questions, mais construisent un discours en suivant leur propre logique de raisonnement (Barbillion et Le Roy, 2012).

Comme plusieurs autres chercheurs, dont Eisenhardt et Graebner (2007) qui recommandent de combiner les entrevues à d'autres sources de données comme les

données d'archives, ethnologiques dans le but de réduire le plus possible de biais, dans ce travail, nous utilisons l'entrevue et la recherche documentaire comme deux méthodes de collectes de données complémentaires aux fins de triangulation.

Selon Comeau (1994) dans son texte sur l'analyse des données qualitatives publiées dans la revue *CRISES*, la technique documentaire offre plusieurs opportunités, comme :

La possibilité d'utiliser les concepts et les notions communément admises dans un domaine précis [...] elle appuie la constitution d'une partie des données, dans la mesure où le rapport de recherche devra faire référence à des travaux théoriques pour situer la problématique de la recherche. Enfin, elle permettra d'identifier d'autres recherches empiriques pouvant servir la triangulation, c'est-à-dire la confirmation des résultats avec d'autres sources, ce qui assure en partie la validation. (p. 14)

La technique documentaire, selon Cellard (dans Poupart et al, 1997 : 251-271), peut être considérée comme une technique de collecte de données servant à réduire ou éliminer en partie la dimension de l'influence du chercheur dans le maniement des données servant à élucider le sujet à l'étude. Donc, cette technique permet d'amasser des documents publics pour corroborer nos entrevues semi-directives.

En fait, en dehors des divers articles scientifiques et des ouvrages consultés pour constituer le corpus de notre travail, lors de la phase de collecte de données en Haïti, un ensemble de documents de natures diverses ont été amassés aux fins de trianguler les informations recueillies lors des entrevues. En effet, nous avons consulté le site d'internet d'un journal quotidien qui est le plus populaire en Haïti : le *nouvelliste*, nous avons consulté plus de dix articles de presse qui parlent des entreprises qui s'impliquent dans les activités sociales et environnementales. Toutefois, il faut souligner qu'il ne s'agit pas des articles d'énonciatifs, ce sont des articles qui ont été

écrits pour souligner les bonnes actions de ces entreprises au niveau de la communauté. Nous avons aussi consulté deux rapports à la Chambre de commerce et de l'industrie Canado-Haïtienne en Haïti dont l'un qui a été préparé en 2010 sous format papier qui nous a permis d'identifier quelques entreprises qui s'impliquent dans la politique de RSE, et l'autre qui était sous format PowerPoint qui nous a permis d'identifier les secteurs les plus impliqués dans la RSE en Haïti.

Donc, l'utilisation de l'entretien semi-directif comme outil de collecte de données nous permet de recueillir des informations par des entretiens oraux et individuels dans l'objectif d'obtenir des informations sur des faits ou des représentations (De Ketele et Roegiers, 2009). Et, l'analyse documentaire, qui est une méthode de collecte de données secondaires, nous permet de collecter des informations destinées au public de façon générale (Dorsais, 1993).

### 3.4 Population à l'étude

Le but de notre recherche étant consisté à examiner les enjeux communicationnels des informations sociales et environnementales des entreprises haïtiennes, la population visée est l'ensemble des entreprises haïtiennes qui s'impliquent dans la responsabilité sociale et environnementale en Haïti. En ce sens, pour constituer notre échantillon, nous n'avons suivi aucune règle, car selon Patton (1990 cité dans Mayer et al., 2000) il n'y a aucune règle concernant la taille de l'échantillon dans une recherche qualitative. De plus, dans une recherche qualitative, la taille de l'échantillon dépend souvent des données recueillies (Fortin, 2016).

Ainsi, la méthodologie choisie dans cette étude consiste à interviewer les hauts cadres ainsi que des cadres intermédiaires des entreprises haïtiennes qui s'impliquent dans des activités de RSE. Les entreprises choisies sont toutes des grandes tailles et sont des entreprises privées en Haïti évoluant dans des secteurs d'activités différentes : services, industrie et commerce. Enfin, le choix d'interroger les hauts cadres ainsi que les cadres intermédiaires se justifie par le fait que la décision d'intégrer une politique RSE dans les entreprises peut être l'initiative des hauts cadres et l'application de ces décisions peut être émanée des cadres intermédiaires. Les hauts cadres peuvent être des administrateurs, des membres de la haute direction, les cadres intermédiaires peuvent être des directeurs (marketing, production, finance, et autres), comptables en chef.

Cette étude comporte un échantillon final de douze entrevues avec douze participants travaillant dans quatre entreprises privées différentes. Nous avons choisi ces quatre entreprises sur une population de trente entreprises qui s'impliquent dans la RSE. Il s'agit des entreprises qui sont toutes de grande taille en Haïti et qui évoluent dans trois grands secteurs d'activités différentes comme : secteur service, industriel et commercial. Parmi ces quatre entreprises, deux évoluent dans le secteur industriel, l'une dans le secteur de service et l'autre dans le secteur commercial. Parmi ces quatre entreprises, il y a trois multinationales et une entreprise nationale. Néanmoins, pour préserver leur anonymat peu d'informations seront fournies sur leurs statuts. Ce choix peut-être se justifier par le fait que ces trois secteurs comportent beaucoup plus d'entreprises et que la majorité des entreprises qui s'impliquent dans la RSE se trouvent dans l'un de ces trois secteurs. Chaque entreprise avait trois participants. Et, concernant les postes occupés par les personnes interviewées, il y a 3 administrateurs, 4 responsables des relations publiques, 3 présidents de fondation, 2 directeurs de la comptabilité et finance.

En effet, dans le cadre de ce travail ce n'est pas le nombre de sujets qui compte que la quantité de données collectées (Mayer et al., 2000), car la fiabilité de l'étude qualitative dépend en grande partie de la qualité de l'échantillon non pas de la quantité (Andreani et Conchon, 2005). Dans ces types de recherche, c'est moins la population qui prévaut que les expériences et les événements rapportés par les participants (Fortin, 2016). En plus, par rapport à la quantité d'entrevues réalisées, selon Warren et Karner (2010) un minimum de dix entrevues suffit dans les travaux effectués par les étudiants.

En ce qui a trait au recrutement des participants, nous avons choisi l'échantillon de convenance pour des raisons pratiques d'accessibilité et de coûts (Bryman et Bell, 2007). Il s'agit d'une méthode qui est couramment utilisée même si les sujets choisis peuvent ne pas être représentatifs de la population (Fortin, 2016). Et, dans cette méthode, les personnes sont choisies en fonction de leur disponibilité et de leur accessibilité. Cette technique est souvent utilisée lorsqu'on désire explorer des relations entre certaines variables sans généraliser les résultats (Fortin, 2016).

La disponibilité des ressources a donc été la principale caractéristique qui a orienté notre choix de cette technique d'échantillonnage. Ainsi, les personnes choisies pour le recrutement sont souvent recommandées à nous par une personne qui se trouve dans notre entourage académique ou professionnel. Toutefois, pour garder leur anonymat, nous nous sommes arrangés à ce que la personne qui nous a recommandé les participants potentiels ne sait pas réellement si la prise de contact a eu lieu effectivement et ni si la personne référée a accepté de participer à l'étude. Nous avons profité aussi à demander à des personnes recrutées initialement de nous suggérer d'autres personnes qui peuvent répondre à nos questions. C'est-ce que Fortin (2016) appelle l'échantillonnage par réseaux ou échantillonnage en boule de neige.

Selon Fortin (2016), la technique d'échantillonnage par réseaux ou en boule de neige consiste à sélectionner des participants en fonction de leurs liens avec un réseau de personnes ayant des caractéristiques communes. Ainsi, comme la technique d'échantillonnage par convenance, on utilise la technique d'échantillonnage en boule de neige quand on vise à décrire une situation particulière sans viser la généralisation des résultats (Fortin, 2016). Il faut dire aussi que les mêmes dispositions pour garder l'anonymat des participants ont été prises pour ce type d'échantillonnage.

Ainsi, les participants potentiels au projet de recherche ont été contactés par courriel à l'aide des coordonnées qu'ils ont mises sur internet à la disposition du public. Ces courriels nous permettent d'informer les participants sur l'objectif de l'étude, sur le déroulement de l'entrevue et sur le respect de leur anonymat. Étant donné que pour effectuer cette démarche, il faut avoir l'approbation préalable de l'entreprise, les mêmes procédures ont été suivies auprès de la direction générale de chaque entreprise sans révéler l'identité des participants potentiels dans le projet.

En ce qui a trait au déroulement des entrevues, il faut dire qu'avant de commencer les entrevues, nous avons fourni un formulaire de consentement à chaque participant afin de trouver leur consentement au préalable. La durée moyenne d'une entrevue était de 47 minutes. Afin de faciliter la retranscription des entrevues, nous avons utilisé un dictaphone avec l'accord des participants pour enregistrer les entrevues. Il faut souligner que nous avons enregistré 10 entrevues, il y avait 2 participants qui n'ont pas voulu de les enregistrer, nous nous sommes obligés de prendre des notes. Vu la disponibilité des participants, généralement, les rencontres ont eu lieu dans les bureaux des entreprises. À cet effet, nous avons préparé un tableau pouvant résumer le nombre des entrevues, la date de réalisation, la durée de l'entrevue.

Tableau 3.1 Données relatives aux entrevues

| Numéro | Date d'enregistrement | Durée de l'entrevue | Enregistrement   |
|--------|-----------------------|---------------------|------------------|
| 1      | 06/11/2017            | 50 minutes          | Oui              |
| 2      | 08/11/2017            | 40 minutes          | Oui              |
| 3      | 10/11/2017            | 50 minutes          | Oui              |
| 4      | 15/11/2017            | 40 minutes          | Oui              |
| 5      | 20/11/2017            | 50 minutes          | Oui              |
| 6      | 24/11/2017            | 60 minutes          | Non <sup>7</sup> |
| 7      | 07/12/2017            | 40 minutes          | Oui              |
| 8      | 11/12/2017            | 50 minutes          | Oui              |
| 9      | 20/12/2017            | 35 minutes          | Oui              |
| 10     | 27/12/2017            | 40 minutes          | Oui              |
| 11     | 29/12/2017            | 60 minutes          | Non              |
| 12     | 08/01/2018            | 40 minutes          | Oui              |

### 3.5 Les considérations éthiques

Selon Giroux et Tremblay (2002), de nos jours tous les chercheurs doivent respecter certaines règles d'éthique jugées incontournables pour toutes les recherches impliquant les êtres humains. Ainsi, avant même d'aller sur le terrain pour collecter les données il faut avoir un certificat d'approbation éthique par un comité de

---

<sup>7</sup> Les entrevues 6 et 11 n'étaient pas enregistrées parce que ces deux participants ne voulaient pas qu'on les enregistre. Toutefois, ils ont donné leurs approbations pour participer au projet de recherche. Nous avons pris des notes au moment du déroulement de chacune de ces deux entrevues.

déontologie. Pour ce faire, il y a tout un ensemble de procédures à suivre comme : 1) la formation et une certification subséquente sur l'éthique de la recherche qui peuvent être suivies et obtenues en ligne, 2) le suivi des protocoles établis par cette formation et 3) l'approbation du projet de recherche par la direction du programme ainsi que le comité d'éthique de la recherche pour tous projets étudiants impliquant des êtres humains.

Après avoir rempli ces formalités, nous avons reçu un certificat d'éthique (voir à l'annexe) nous autorisant d'aller sur le terrain pour collecter les données. Ainsi, tout le processus de cette recherche était soumis au protocole du comité d'éthique : le recrutement des participants, les entrevues et le suivi de la recherche, le droit de participer ou d'abandonner la participation à la recherche.

### 3.6 La présentation du guide d'entrevue

Selon Combessie (2007), le guide d'entretien est un pense-bête qui a pour objectif de préparer et de coordonner la conduite d'ensemble des entrevues dans des lieux distincts avec des participants. En d'autres termes, le guide d'entrevue c'est la traduction de la problématique de recherches en thématiques et sous-thématiques sur lesquelles le sujet produira un discours (Barbillon et Le Roy, 2012). Il comprend généralement un ensemble de thèmes qui, selon Romelaer (2005), sont jugés pertinents par la littérature de la recherche ainsi que par rapport à la problématique. Et, ces thèmes vont être abordés lors de la phase de l'enquête de terrain. Ainsi, notre guide d'entrevue a été développé et divisé en trois grands thèmes à savoir la responsabilité sociale, la responsabilité environnementale et la divulgation des

informations sociales et environnementales. Notre guide d'entrevue se présente comme suit :

### 3.6.1 Responsabilité sociale

Que pensez-vous de la responsabilité sociale des entreprises?

Comment pouvez-vous nous expliquer l'implication de l'entreprise en termes de responsabilité sociale en termes pratiques?

Quels sont les domaines d'interventions sociales de votre entreprise tant à l'interne qu'à l'externe?

Votre entreprise publie-t-elle des informations sur ses activités sociales au niveau de la communauté ?

De quelle façon l'information est publiée (par internet, dans les médias, sur les réseaux sociaux ou dans des rapports)?

### 3.6.2 Responsabilité environnementale

Que pensez-vous de la responsabilité environnementale de l'entreprise?

Comment pouvez-vous nous expliquer l'implication de l'entreprise en termes de responsabilités environnementales en termes pratiques?

Quelles sont les actions posées par votre entreprise en termes de responsabilités environnementales?

Votre entreprise publie-t-elle des informations sur ses activités environnementales au niveau de la communauté ?

De quelle façon l'information est publiée (par internet, dans les médias, sur les réseaux sociaux ou dans des rapports) ?

### 3.6.3 Divulgations des informations sociales et environnementales

Que pensez-vous de la divulgation des informations sociales et environnementales par une entreprise à ses parties prenantes?

Quels sont les supports techniques de communication externe utilisés par l'entreprise pour rendre ses informations disponibles au public?

- Bilan social
- Rapport de développement durable
- Médias, réseaux sociaux,
- Site d'internet de l'entreprise

Quels sont les outils de communication interne utilisés par l'entreprise pour rendre ses informations disponibles?

- Rapport de gestion
- Bilan social, comptes sociaux

Selon vous, qu'est-ce qui peut motiver une entreprise à divulguer des informations sur ses responsabilités sociales et environnementales au niveau de la communauté?

À votre avis, qu'est-ce qui peut contraindre une entreprise à ne pas divulguer des informations sur ses responsabilités sociales et environnementales?

- Coûts de préparation des rapports élevés

- Mimétisme institutionnel
- Absence de groupe de pression
- Peur de divulguer certaines informations dites secrètes
- Stratégies de rétention d'informations

Pouvez-vous nous parler des pratiques des autres entreprises en termes de divulgations des informations sociales et environnementales?

- Publient-elles des informations?
  - Si oui, pourquoi vous ne les suivez pas?
  - Si non, pouvez-vous nous expliquer cette démarche?
- Que pensez-vous des groupes de pression en Haïti?

Comment pouvez-vous nous expliquer le rapport des groupes de pression avec l'entreprise?

Subissez-vous des pressions? Si oui, comment faites-vous face à ses pressions? Si non, pourquoi?

D'après vous, la préparation d'un rapport (développement durable ou responsabilité sociale) demande beaucoup de dépenses?

Comment pouvez-vous évaluer les coûts de préparation d'un rapport?

Qu'est-ce qui peut occasionner la peur chez une entreprise pour communiquer des informations au public?

Comment jugez-vous la stratégie de rétention des informations par une entreprise?

Qu'est-ce qui peut motiver une entreprise à retenir des informations?

Il faut se rappeler que ces questions ne sont pas figées, elles peuvent être évoluées en fonction des réponses données par les participants, car le guide d'entrevue est un instrument qui est toujours en parfaite évolution surtout dans les entrevues semi-dirigées (Combessie, 2007). Les questions de ce guide d'entrevue ne sont qu'un aide-mémoire, pour répéter Romelaer (2005), qui nous signaleront tous les éléments sur lesquels nous allons amener le participant à s'exprimer de façon approfondie. En ce sens, puisque l'entrevue semi-dirigée offre au chercheur un espace où les participants ne se contentent pas de répondre à des questions, mais construisent un discours en suivant leur logique de raisonnement propre (Barbillon et Le Roy, 2012), nous pouvons nous amener à approfondir un ou plusieurs thèmes qui n'ont pas été discutés dans la revue de littérature, mais qui semble intéressant à prendre en considération dans le cadre de cette recherche.

### 3.7 Stratégie de présentation et d'analyse des résultats

Après avoir recueilli les données auprès des douze participants des quatre entreprises sélectionnées par convenance parmi les entreprises qui s'impliquent dans la RSE en Haïti, la première étape avec la méthode de l'entretien semi-directif est de transcrire le verbatim des entrevues enregistrées. Nous avons transcrit le plus fidèlement possible l'expression orale des participants en une expression écrite. Ensuite, les transcriptions ont été transférées dans Nvivo 11 qui est un logiciel informatique permettant l'analyse de verbatim ainsi que la compilation des données qualitatives. Ce logiciel est conçu pour faciliter l'organisation, la codification et l'analyse des données non structurées ou qualitatives telles que les entrevues. Toutefois, la transcription, étant reposée sur un travail d'élucidation et de clarification, n'était pas facile; car elle demeure une entreprise souvent longue et fastidieuse.

Nous avons, par la suite, procédé à la codification des entrevues en utilisant les thèmes qui ont été prédéfinis comme des catégories. Cette codification a été faite dans l'objectif de repérer, d'une part, de cadrer nos thèmes prédéfinis avec le verbatim, et d'autre part, pour apprécier d'autres thèmes pertinents qui pourraient émerger à partir des entretiens ainsi que les documents amassés par le biais de notre technique de la recherche documentaire. Cette démarche nous a permis de procéder à l'analyse des thèmes par entretiens en lien avec notre carte conceptuelle prédéfinie tout en les découpant transversalement, car selon Blanchet et Gotman (2007) « l'analyse thématique défait en quelque sorte la singularité du discours et découpe transversalement ce qui, d'un entretien à l'autre, se réfère au même thème » (p. 96).

Selon Paillé et Mucchielli (2008), l'analyse thématique consiste à procéder systématiquement au repérage, au regroupement et à l'examen discursif des thèmes abordés dans un corpus. En d'autres termes, « la manipulation thématique consiste à jeter l'ensemble des éléments signifiants dans une sorte de « sac à thèmes » détruisant définitivement l'architecture cognitive et affective des personnes singulières » (Bardin, 2013).

Ainsi, dans le cadre de notre travail, les thèmes ont été établis en lisant les entretiens un à un tout en nous laissant guider par notre cadre conceptuel et nos fondements empiriques et théoriques qui ont été définis. Les thèmes, une fois sélectionnés pour l'analyse d'un corpus, constituent le cadre stable de l'analyse de tous les corpus (Blanchet et Gotman, 2007). Car, « procéder à une analyse thématique, c'est donc attribuer des thèmes en lien avec un matériau soumis à une analyse » (Paillé et Mucchielli, 2008 p. 164). En effet, en suivant cette démarche, nous avons effectué une analyse comparative de nos douze entretiens de façon à faire ressortir les ressemblances et les différences de chacun des thèmes en lien avec notre cadre

conceptuel, grâce à l'utilisation du logiciel de traitement des données qualitatives Nvivo 11 qui a rassemblé les parties de texte codifiées ensemble.

Ainsi, des extraits des entrevues ont été utilisés pour illustrer les résultats. Afin de préserver l'anonymat des participants, nous avons pris un ensemble de dispositions comme : à la place des noms des participants, nous avons utilisé le terme générique l'interviewé ou participant. En plus, nous avons enlevé des expressions qui sont considérées comme des tics de langage et qui pourraient permettre à une personne de les identifier comme : euh! bon euh! Enfin, pour alléger le texte nous avons utilisé le genre masculin malgré la participation des femmes dans le projet.

## CHAPITRE IV

### PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Cette partie consiste à présenter les divers résultats des entrevues semi-dirigées triangulées avec les divers documents consultés. Ainsi, notre démarche se veut une approche d'analyse thématique qui nous aide à procéder systématiquement au repérage, au regroupement et, subsidiairement, à l'examen discursif des thèmes abordés dans un corpus (Paillé et Mucchielli, 2016). En ce sens, nous allons présenter le verbatim par thèmes ou groupes de thèmes en fonction des réponses trouvées des participants sous forme de tableaux d'une part, et sous forme d'extrait de texte pour corroborer les idées qui se dégagent dans les différents tableaux.

Ainsi, ce chapitre se divise en deux parties dont la première présente les pratiques de responsabilités sociales et environnementales des entreprises haïtiennes, la deuxième partie cherche à identifier les raisons qui poussent les entreprises haïtiennes à ne pas divulguer les informations de RSE attachée dans leur rapport annuel ou d'une manière séparée dans des rapports spécifiques comme le rapport RSE/DD à travers les entrevues.

#### 4.1 Les pratiques en termes de responsabilités sociales des entreprises haïtiennes

Cette partie présente les pratiques de responsabilités sociales et environnementales des entreprises haïtiennes dégagées lors des entrevues semi-dirigées avec divers participants. Pour faciliter le travail, nous allons regrouper les pratiques de RSE par les entreprises en trois catégories au sens de Benouakrim, Kandoussi et El Hassani (2017) qui ont inscrit la RSE dans leurs études en termes de pratiques de RSE des entreprises marocaines dans une logique tridimensionnelle à savoir une dimension sociale pour parler des pratiques de RSE à l'interne, une dimension sociétale pour parler des actions de RSE à l'externe, et une dimension environnementale pour toutes les pratiques de RSE de l'entreprise en matière d'environnement.

Avant d'aborder les pratiques en termes de responsabilités sociales des entreprises haïtiennes, les participants étaient invités à nous parler de la RSE dans le contexte haïtien. Ainsi, les conceptions des participants de ce concept étaient partagées et les définitions n'étaient pas trop divergentes. Pour l'un de nos participants :

La RSE c'est la participation de l'entreprise dans des projets ayant pour objectifs l'amélioration des conditions de vie de la population locale, à la mise en place des infrastructures et à la contribution à son développement...c'est le fait aussi d'améliorer les conditions de travail de nos employés tout en assurant la poursuite de leur carrière au sein de l'entreprise en instituant des régimes de retraite solides. (le participant)

Cette définition, selon Benouakrim, Kandoussi et El Hassani (2017), présente les dimensions internes et externes de la RSE dans le sens que les entreprises doivent se préoccuper de ses ressources humaines d'une part, et de prendre en compte les

besoins de la communauté d'autre part. Cette définition n'est pas trop différente de la définition d'Ann et Peretti (2014) qui nous laissent à comprendre que la responsabilité sociale d'une entreprise repose sur la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences de ces employés, les conditions et l'organisation du travail, la rémunération et le partage des profits avec ces parties prenantes.

À partir de nos entrevues, nous avons trouvé une deuxième définition de la responsabilité sociale et environnementale qui présente une conception très large de ce concept qui peut même aller au-delà de la vision tridimensionnelle de Benouakrim, Kandoussi et El Hassani (2017):

Pour nous la RSE c'est une forme de responsabilité que tous les employés de l'entreprise doivent avoir envers la communauté dans laquelle nous évoluons...et envers l'environnement qui présente des enjeux sérieux en Haïti...enfin la RSE c'est la responsabilité de nous tous envers nous tous. (le participant)

Ainsi, d'une façon ou d'une autre, ces deux définitions présentent une autre compréhension du concept de la responsabilité sociale et environnementale des entreprises dans le contexte haïtien dans le sens qu'elles présentent la RSE comme des responsabilités partagées « la RSE c'est la responsabilité de nous tous envers nous tous ».

Quant aux pratiques en termes de responsabilités sociales des entreprises haïtiennes, elles ne sont pas trop différentes de la définition de la RSE dans le contexte haïtien. Ainsi, le tableau 4.1 présente un extrait sur ces pratiques que les participants nous ont confiées lors des entrevues semi-dirigées.

Tableau 4.1 Extrait des pratiques sociales par entreprise

|                           |   |
|---------------------------|---|
| Entreprise A <sup>8</sup> | « La formation de nos employés reste pour nous un challenge...la formation peut se faire soit à l'intérieur ou à l'extérieur de la compagnie tout dépend de la compétence technique qu'on cherche. L'évaluation de nos ressources humaines se fait sur une base annuelle. En ce qui a trait à la question de la rémunération, nous sommes le champion, nous sommes très compétitifs au niveau des salaires en Haïti. »  |
| Entreprise B              | « Nous cherchons à satisfaire nos employés chaque jour tant du point de vue des salaires et autres primes, mais aussi du point de vue de la santé et sécurité au travail. C'est une obligation pour nous de nous assurer que les milieux de travail soient sécurisés. Il y a aussi une salle de formation bien occupée pour nos employés. Nous disposons un régime de retraite solide pour chaque employé. Nous sommes en train actuellement de développer un dialogue social entre les employés de divers niveaux et de diverses branches. » |
| Entreprise C              | « Pour nous, on doit chercher tout d'abord à satisfaire nos actionnaires, car sans eux...on n'aura pas les capitaux pour fonctionner...après on trouve nos employés qui sont toujours là tous les jours pour faire fonctionner l'entreprise. Nous développons un capital humain important en recrutant les meilleurs cadres qui sont sur le marché du travail...nous encourageons l'équité du genre dans les critères de sélection...c'est une façon pour nous d'améliorer chaque jour nos façons de procéder. »                              |
| Entreprise D              | « Pour nous, il ne peut pas y avoir une bonne politique sociale à l'intérieur d'une entreprise sans avoir une bonne gouvernance...une gouvernance saine qui est axée sur les bonnes pratiques en termes de gestion des ressources humaines. Nous avons instauré un programme d'échange entre les employés en matière de transmission du savoir, car pour nous la formation se donne par la pratique...ce programme permet à nos employés de s'auto éduquer. »   |

---

<sup>8</sup> L'utilisation des lettres alphabétiques (A, B, C, D) comme les noms des entreprises se fait dans l'idée de garder l'anonymat. Comme nous avons mentionné dans le chapitre de la méthodologie le nombre, des entreprises qui s'impliquent dans la RSE en Haïti ne sont pas nombreuses et les entreprises sont réparties dans les trois secteurs majoritaires à savoir service, industrie et commerce. Pour cela, nous avons pris le soin de respecter le protocole de l'étude en respectant l'anonymat des participants.

Ces extraits nous permettent de comprendre la dimension sociale de la RSE dans le contexte haïtien en termes de pratiques sociales internes des entreprises haïtiennes. En traitant les entrevues et les divers documents qui ont été recensés lors de nos enquêtes de terrain, nous avons constaté que la formation des employés reste un élément important en termes de pratiques de RSE pour les entreprises haïtiennes.

Dans un pays comme Haïti, on ne peut pas penser vos ressources humaines sans penser à leur formation...en raison de l'insuffisance des écoles techniques dans le pays, on est obligé d'envoyer quelques cadres à l'extérieur du pays pour prendre des formations...et en retour, on les demande de former les autres...la formation de nos employés reste plus qu'une priorité pour nous. (le participant)

Toutefois, les pratiques des entreprises sont un peu diversifiées. Ainsi, pour l'entreprise C, la satisfaction de ces actionnaires reste avant tout plus qu'une priorité, mais ça n'empêche pas qu'elle développe de très bonnes relations avec ces employés. Pour d'autres entreprises comme celle de D, c'est le développement d'une politique de bonne gouvernance qui est au cœur de ces pratiques sociales, mais sa bonne gouvernance se repose sur l'avancement des carrières de ces divers cadres en instaurant un programme de retraite solide et un programme d'échange de formation entre ces employés. Ce programme d'échange est en lien avec l'approche de l'entreprise B axée sur le dialogue social entre ces divers cadres à tous les niveaux.

En effet, si à l'interne les entreprises haïtiennes se reposent sur des activités sociales de bases comme la rémunération, la formation, la sécurité et santé au travail, dialogue social, bonne gouvernance, nous allons voir les comportements de ces entreprises face aux aspects externes de la responsabilité sociale qu'on peut appeler responsabilité sociétale.

En ce qui a trait aux responsabilités sociétales ou pratiques sociales externes des entreprises, les réponses de nos répondants nous ont indiqué un ensemble de domaines d'interventions de ces entreprises. Voilà un extrait dans le tableau 4.2 qui présente un résumé de toutes ces réponses.

Tableau 4.2 Extrait des pratiques sociétales

|              |   |
|--------------|---|
| Entreprise A | « Nous nous impliquons dans des activités comme : l'accompagnement de certaines universités qui donnent des formations techniques dans le pays, sponsoring pour des activités culturelles...formation des agriculteurs dans le pays...nous avons créé une fondation dans l'idée de supporter les activités sociales, médicales, éducatives dans la communauté afin de participer au développement économique du pays.»  |
| Entreprise B | « On a créé une fondation pour pouvoir s'occuper de la responsabilité sociale de l'entreprise...nous nous impliquons dans des d'activités comme l'éducation, la formation, la santé...nous sommes là pour supporter les populations défavorisées. En ce qui concerne l'éducation, on a donné des bourses d'études, on a financé des programmes au niveau des universités. Nous donnons des financements aux organisations de bases pour des activités socio-économiques et culturelles dans le pays...il y a aussi l'assistance sociale comme les dons aux orphelinats, kits scolaires. » |
| Entreprise C | « Nous encourageons la recherche universitaire, car elle aide les autres pays à se développer...nous sommes maintenant au niveau des lycées et écoles nationales du pays pour faciliter l'initiation des élèves aux recherches...nous finançons aussi des activités socioculturelles comme les groupes musicaux et autres. Nous participons activement dans le processus de développement socio-économique du pays. »   |
| Entreprise D | « Nous intervenons dans la santé, le sport, la gestion du patrimoine historique et culturel dans le pays, l'éducation et autres...subventions aux personnes à mobilité réduite. En ce qui a trait à l'éducation, nous participons à la scolarisation de dizaines d'écoliers à travers le fonds de parrainage national...il y a aussi depuis bien des années, un programme de bourses d'excellence où nous décidons d'accorder à divers étudiants finissants des diverses facultés des bourses d'études sur une base d'excellence académique. »  |

Si les domaines d'interventions des entreprises haïtiennes en termes de pratiques des activités sociales externes ne sont pas trop divergents, l'outil qu'on utilise pour faire ces activités est différent pour certaines entreprises. En effet, à l'exception de l'entreprise C qui n'a pas une fondation en son sein comme symbole de la RSE externe, toutes les entreprises possèdent une fondation qui représente leurs bras sociaux.

Pour nous, la création de la fondation était plus que nécessaire...car, elle répond vraiment aux besoins de la communauté...pour son fonctionnement, on ne fait qu'allouer un budget annuellement...parfois il y a des bailleurs de fonds internationaux et nationaux qui décident d'exécuter un projet en partenariat avec la fondation...l'idée c'est de donner toutes nos assistances socio-économiques à la communauté. Elle représente les bras sociaux de l'entreprise. (le participant)

En ce qui concerne les domaines d'interventions sociétales, les entreprises s'impliquent beaucoup dans l'éducation, le sport, la santé, seule l'entreprise D qui donne des assistances sociales aux personnes à mobilité réduite. Il faut souligner aussi l'implication de l'entreprise B dans le domaine d'aide aux orphelinats et aux personnes démunies. Malgré l'entreprise C n'a pas de fondation, mais ça n'empêche pas qu'elle est très active surtout dans le financement de la recherche universitaire qui est, pour elle, le moteur du développement socio-économique du pays.

Il faut souligner qu'au niveau de la dimension sociétale de la responsabilité sociale et environnementale des entreprises, les entreprises haïtiennes commencent à s'impliquer réellement après le tremblement de terre de 2010 selon plusieurs répondants interviewés lors de notre enquête de terrain :

Bien avant le tremblement de terre il y avait des entreprises qui font des réticences pour s'impliquer dans la RSE, mais après cette catastrophe les entreprises ne pouvaient pas rester comme simples observatrices face aux

misères des gens qui vivent dans la communauté...je peux dire que l'alarme a déclenchée à partir du tremblement de terre. (le participant)

Plusieurs activités ont été réalisées par les entreprises au niveau de la communauté selon nos interviewés :

Nous avons construit plusieurs salles de cours...nous avons construit des laboratoires informatiques...réparés des tronçons de route...accompagner les personnes démunies...nous avons donné des logements...nous avons aussi aidé nos employés à reconstruire leurs propres maisons. (le participant)

En dehors des pratiques sociales et sociétales des entreprises, elles ont aussi des engagements environnementaux. En ce sens, nos répondants étaient appelés à répondre des questions sur les pratiques des entreprises en termes de responsabilités environnementales au niveau de la communauté. Ainsi, le traitement des entrevues semi-dirigées nous a permis d'extraire quelques pratiques en termes de responsabilités environnementales dans le contexte haïtien dans le tableau 4.3 ci-dessous.

Tableau 4.3 Extrait sur les pratiques environnementales

|              |  |
|--------------|--|
| Entreprise A | « On donne des formations avec nos employés sur la protection de l'environnement...chaque employé représente un ambassadeur en ce qui a trait à la protection de l'environnement. Nous avons un programme de recyclage des bouteilles en plastique et un programme de reboisement avec quelques organismes internationaux ».   |
| Entreprise B | « Étant donné qu'Haïti est un pays à haut risque cyclonique, il faut faire face aux saisons cycloniques...il faut aider non seulement nos employés, mais il faut soutenir les autres membres de la communauté...surtout après le tremblement de terre du 12 janvier. On a institué un programme de reboisement. Il y a des interventions aussi au niveau des bassins versants qui se font régulièrement. L'idée, il faut protéger l'environnement. »   |
| Entreprise C | « Nous développons un ensemble d'activités comme recyclage de certains déchets, formation de la population sur les enjeux environnementaux, reboisement...prévention en matière de risque et désastre...réduction des gaz à effet de serre par le développement d'un vaste programme d'énergie solaire...utilisation des matières premières locales. Participer à l'augmentation de la couverture forestière. »  |
| Entreprise D | « Nous sommes dans un secteur pollueur, mais nous faisons beaucoup de choses pour rendre l'environnement plus agréable...nous travaillons chaque jour à améliorer nos usines, en essayant d'utiliser moins de produits toxiques, en utilisant moins de gaz grâce à l'énergie solaire. Mise sur pied d'un programme de reboisement communautaire. Nous sommes aussi dans le traitement des eaux usées post désastre, recyclage des déchets, l'installation des poubelles dans quelques coins les plus fréquentés. » |

Les discours de nos divers répondants ont attiré notre attention sur cette dimension de la RSE qui représente plus qu'un enjeu en Haïti. Ainsi, pour plus d'un, il y a tellement de choses à faire pour sauver ce secteur en Haïti, il devient difficile pour qu'une personne qui observe apprécie leurs efforts.

Pour la question de déchets, nous avons placé des poubelles un peu partout dans le pays...les gens n'ont pas compris...nous avons mis sur pieds un programme de ramassage des bouteilles et d'autres objets en plastique...nous nous sommes orientés maintenant vers le reboisement communautaire...malgré toutes ces initiatives, si vous regardez l'état de l'environnement en Haïti, vous allez dire qu'on ne fait rien pour sauver l'environnement dans ce pays...pourtant, pour nous, il faut tout faire pour sauver notre planète. (le participant)

En effet, les entreprises s'impliquent dans des multiples activités du point de vue environnemental tant à l'interne qu'à l'externe comme le reboisement communautaire, utilisation de l'énergie solaire à la place de gaz, prévention des dangers en matière de risques et désastres, recyclage des déchets, formation des employés sur les enjeux environnementaux, etc. On peut dire que, malgré tout, les efforts sont considérables en termes de pratiques environnementales, mais selon plus d'un il reste beaucoup de choses à faire en Haïti en matière environnementale.

Après avoir présenté les pratiques sociales, sociétales et environnementales des entreprises haïtiennes, nous allons passer en revue les entrevues semi-dirigées afin d'identifier les facteurs qui peuvent motiver ces entreprises à ne pas divulguer des informations sur des actions sociales, sociétales et environnementales menées au niveau de la communauté.

#### 4.2 Étude des facteurs liés à la non-divulgence des informations de RSE en Haïti

Dans cette partie, il s'agit d'identifier, à partir des résultats des entrevues semi-dirigées et les documents consultés, les facteurs qui peuvent motiver les entreprises haïtiennes à ne pas divulguer des informations de RSE soient attachés dans leur rapport annuel ou d'une manière séparée dans des rapports spécifiques comme le rapport RSE/DD.

Étant donné qu'il s'agit d'une recherche déductive inductive, nous avons identifié des facteurs qui pourraient motiver les entreprises à ne pas divulguer des informations avant même d'aller sur le terrain comme : la peur de divulguer certaines informations dites secrètes, la rétention d'information, l'absence de groupe de pression, les coûts élevés de préparation des rapports, le mimétisme institutionnel. Ces facteurs ont été choisis bien avant la phase de la collecte des données. Cependant, nous nous attendons à ce que quelques termes ou concepts émergent au cours de la collecte des données.

Ainsi, après avoir retranscrit les entrevues et les traités à l'aide du logiciel Nvivo 11 , d'autres facteurs motivateurs de la non-divulgaration des informations ont été émergés. Nous avons identifié des facteurs comme : l'absence de menaces de légitimité, l'existence d'une clause de confidentialité entre les bailleurs de fonds et les entreprises, la culture d'entreprise, la mauvaise gouvernance.

En effet, pour faciliter la compréhension de ce travail, nous allons présenter ces facteurs en deux groupes dont facteurs internes et facteurs externes. Ainsi, les facteurs comme la rétention des informations et la mauvaise gouvernance, les coûts élevés de préparation des rapports feront partie des facteurs internes liés à la non-divulgaration des informations de RSE; tandis que les facteurs externes englobent : l'existence d'une clause de confidentialité et la peur de divulguer certaines informations dites secrètes, l'absence de groupes de pression et l'absence des menaces de légitimité, l'influence de la culture d'entreprise et le mimétisme institutionnel.

#### 4.2.1 Les facteurs internes liés à la non-divulgence des informations de RSE

Les facteurs internes peuvent être considérés comme des facteurs qui sont liés à la motivation de l'entreprise de ne pas divulguer des informations pour des raisons internes sans interférence des parties prenantes externes. C'est-à-dire, c'est une situation dans laquelle l'entreprise choisit délibérément de ne pas divulguer des informations sur ces activités au niveau de la communauté. Ainsi, nous avons identifié trois facteurs qui peuvent expliquer les raisons à l'interne qui poussent les entreprises haïtiennes à ne pas divulguer des informations de RSE malgré leurs implications dans ce domaine, dont deux facteurs, avant d'aller sur le terrain (la rétention d'information et les coûts élevés de préparation des rapports) et un facteur à partir de la collecte des données (mauvaise gouvernance).

Pour faciliter la compréhension de ce travail, nous avons divisé ces trois facteurs en deux parties dont la première regroupe la rétention de certaines informations et la mauvaise gouvernance, et les coûts élevés de préparation des rapports pour la deuxième.

##### 4.2.1.1. La rétention des informations et la mauvaise gouvernance

La rétention d'informations peut se traduire par une situation dans laquelle les gestionnaires d'une entreprise peuvent choisir de s'abstenir à communiquer certaines informations soit en considérant que ces informations ne sont pas utiles aux investisseurs ou soit lorsque ces informations sont susceptibles d'occasionner des

dommages dus à l'interprétation préjudiciable des tierces parties (Rivière-Gordano, 2007). Ces deux situations pourraient être dues par une mauvaise gouvernance au sein de l'entreprise dans le sens qu'il n'y a pas une certaine mesure pouvant assurer la reddition de comptes aux parties prenantes tant à l'interne qu'à l'externe. Ainsi, le tableau ci-dessous va nous permettre de bien comprendre ces deux situations dans le contexte haïtien.

Tableau 4.4 Extrait sur les facteurs de la rétention des informations et de la mauvaise gouvernance

|                            |  |
|----------------------------|--|
| Rétention des informations | <p>« Oui, il s'agit d'une forme de rétention d'information...les informations sont d'ordres privés et d'ordre stratégiques pour l'entreprise...et cette situation pourrait être due pour des raisons personnelles à l'entreprise. »</p> <p>« Moi, en venant en Haïti, je comprends rapidement que la rétention d'information est comme une norme non écrite, mais qui existe même au plus haut niveau de l'État...cette situation est datée depuis bien des années en Haïti...la rétention d'information c'est une forme de marronnage qui existe depuis la naissance du pays. »</p>   |
| Mauvaise gouvernance       | <p>« Il ne peut pas avoir de la bonne gouvernance sans la notion de transparence dans toutes les formes d'organisations...cette mauvaise gouvernance peut expliquer l'absence de divulgation des informations sur les actions des entreprises en matière de RSE. »</p> <p>« Comment comprends-tu une entreprise qui réalise des activités sociales...des choses concrètes, palpables... pourtant elle ne veut pas préparer un rapport sur tout ce qu'elle a entrepris au cours de cette année...moi, personnellement, je pense qu'il y a quelque chose qu'on essaie de cacher...ce n'est pas une bonne gouvernance ça...pas de transparence. »</p> |

Dans le contexte haïtien, les participants nous parlent de la rétention d'informations comme des informations qui sont d'ordres privés et stratégiques pour l'entreprise dans le sens qu'on ne peut pas les divulguer. Toutefois, les participants nous montrent

que cette situation n'est pas seulement au niveau des entreprises, mais elle touche le plus haut niveau de l'État. En ce sens, la rétention d'information peut résulter de l'ignorance ou de l'absence de reddition de compte au sein des entreprises qui évoluent en Haïti.

Si on considère la reddition de compte aux différentes parties prenantes comme un mécanisme de gouvernance, on peut parler de l'existence d'une mauvaise gouvernance pour expliquer la non-divulgaration des informations de responsabilité sociale et environnementale par les entreprises haïtiennes dans le cadre d'absence de ce mécanisme.

En effet, nos participants nous parlent de l'absence de transparence au niveau des entreprises haïtiennes pour indiquer cette forme de mauvaise gouvernance qui pourrait empêcher les entreprises de communiquer les informations de RSE aux différentes parties prenantes.

#### 4.2.1.2. Les coûts élevés de préparation des rapports

En ce qui concerne les coûts de préparation des rapports, nos interviewés nous indiquent que ce sont des facteurs importants qui peuvent motiver une entreprise à ne pas divulguer des informations de RSE, car non seulement les coûts sont élevés, mais il n'y a pas eu une demande ou une obligation pour ces types de rapports :

On doit dépenser de forte somme d'agent pour préparer un rapport comme ça...on doit l'auditer aussi...ce qui peut même nous coûter une fortune. Pourtant, il n'y a eu pas une demande pour ce type de rapport tant à l'interne

(les actionnaires) qu'à l'externe (l'État et les autres groupes de pression). (le participant)

Parfois, les entreprises questionnent même sur l'utilité du rapport RSE/DD:

Pourquoi payer un expert des fortes sommes d'argent pour préparer un bilan social pour l'entreprise... pendant que nous sommes confortables au niveau de la communauté... de par nos actions en termes de RSE. (le participant)

Pourquoi faire un rapport de RSE ou de développement durable pendant qu'il ne va rapporter aucune valeur ajoutée à l'entreprise? (le participant)

Parfois, il y a des participants qui nous parlent de gaspillage de fonds : « il y a aussi la peur de gaspiller des fonds pour une chose qui n'a vraiment aucune utilité ». Pour éviter ce gaspillage de fonds, on privilégie l'analyse coût/bénéfice dans le sens qu'on regarde si les coûts engagés pour prendre la décision de préparer un rapport RSE/DD ne sont pas supérieurs par rapport aux bénéfices espérés.

Logiquement, avant de faire une dépense quelconque, on doit l'analyser tout d'abord pour voir qu'est-ce que ça va nous rapporter...c'est le rapport coût/bénéfice qui prime pour nous ici. (le participant)

En effet, ces extraits de textes de nos interviews réalisés en Haïti nous montrent que les facteurs internes sont beaucoup liés à des raisons jugées comme personnelles aux gestionnaires des entreprises de ne pas divulguer des informations de RSE aux différentes parties prenantes. Ainsi, dans la partie ci-dessous il nous revient de présenter les facteurs externes qui peuvent être liés à la non-divulgence des informations de RSE.

#### 4.2.2 Les facteurs externes liés à la non-divulgence des informations de RSE

Les facteurs externes peuvent être définis par opposition aux facteurs internes comme des facteurs qui, malgré la bonne intention de l'entreprise de divulguer des informations, peuvent empêcher les gestionnaires à ne pas divulguer certaines informations. Selon plus d'un, cette situation peut être due par l'absence d'une certaine force externe comme des lois ou des normes ou tout simplement le contexte culturel donné qui peuvent mettre l'entreprise dans une situation où elle n'est pas motivée à divulguer. Ainsi, comme les facteurs internes, nous avons identifié six facteurs qui peuvent expliquer cette situation dont trois à partir de la recension des écrits (peur de divulguer certaines informations, l'absence de groupe de pression, le mimétisme institutionnel) et trois autres à partir du terrain (l'existence d'une clause de confidentialité, l'absence des menaces de légitimité, la culture d'entreprise).

En fonction des liens qui existent entre certains facteurs, nous avons les regroupés ainsi : l'existence d'une clause de confidentialité et la peur de divulguer certaines informations, l'absence des groupes de pression et l'absence de menaces de légitimité, le contexte culturel des entreprises et le mimétisme institutionnel.

##### 4.2.2.1. La clause de confidentialité et la peur de divulguer

Dans nos discussions avec nos interviewés, nous avons compris qu'il y a eu l'existence d'une clause de confidentialité dans le contrat que les entreprises ont signé

avec quelques bailleurs des fonds pour l'exécution de certains projets sociaux au niveau de la communauté. En essayant d'approfondir cette question, ils nous ont laissés à comprendre que pour des projets de grande envergure comme la lutte contre le SIDA, le diabète, le cancer du sein et autres, le plus souvent une entreprise ne les réalise pas toute seule. Dans ce cas, deux situations sont probables, soit deux ou trois entreprises se mettent ensemble pour réaliser le projet, ou soit une autre institution, comme les organisations internationales, réalise le projet de concert avec l'une des entreprises par le biais de sa fondation. Dans la deuxième situation, il s'agit beaucoup plus d'un financement que l'entreprise a reçu par le biais de sa fondation qui symbolise son bras social entre les mains de cet organisme international. Étant donné que ce financement fait l'objet d'un contrat, l'organisme qui finance ce projet a inséré une clause à l'intérieur de ce contrat pour demander à l'entreprise via sa fondation de ne pas divulguer des informations.

Cette clause peut occasionner une situation de peur chez les entreprises qui reçoivent des fonds pour exécuter certaines activités sociétales dans le sens que sans le respect total de cette clause, l'entreprise peut se trouver dans une situation où elle ne trouve pas de fonds pour exécuter certaines activités sociétales au niveau de la communauté.

Si tu ne veux pas signer la clause de confidentialité, tu ne vas pas avoir accès à ces fonds pour exécuter certaines activités au niveau de la communauté...des projets qui sont primordiaux pour la communauté... cette clause est une condition sine qua non ...oui, c'est très important pour les bailleurs de fonds. (le participant)

Il faut dire que l'existence de la clause ne peut pas expliquer à elle seule la peur de divulguer des informations, car la majorité des projets sociaux des entreprises par le biais de leur fondation ont été réalisés avec des fonds propres des entreprises. La

situation de peur peut être liée à une sorte de peur que les informations divulguées ne soient pas utilisées par une tierce partie à l'encontre de l'entreprise.

Tableau 4.5 Extrait des facteurs de la clause de confidentialité et de la peur de communiquer

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Clause de confidentialité | « Il y a une clause de confidentialité dans tous les projets sociaux qui sont financés avec des fonds (internes ou externes) que tu signes avec les bailleurs (internes et externes) ...c'est imposé par les bailleurs de fonds: on te dit que tu ne dois pas tout dire...après on te dit que toutes divulgations que tu veux faire, tu dois passer par eux... finalement tu ne sais quoi divulguer. » |
| Peur de communiquer       | « Je pense que les gens peuvent avoir peur de tout dire, de tout publier...car, il y a un dicton qui dit les paroles s'en vont, mais l'écriture reste...dans le sens que les autres entreprises puissent utiliser ce que tu as publié à ton encontre ou l'État peut questionner certaines choses un jour ou du moins la société civile aussi peut les utiliser à des fins politiques. »                |

Dans l'extrait sur la clause de confidentialité, on peut comprendre que surtout pour les activités sociétales et environnementales, on utilise souvent une unité qui est à l'intérieur de l'entreprise qui est, généralement, une fondation. Cette fondation utilise deux types de fonds pour réaliser les projets de RSE au cours d'une année.

Parfois, nous recevons une partie du bénéfice du groupe qui constitue notre budget de base, mais nous trouvons des fonds chez certains bailleurs nationaux et internationaux...pour ces fonds, il y a une clause de confidentialité à l'intérieur du contrat que tu dois signer pour avoir accès à ces fonds...donc une fois avoir le fonds, tu n'es pas libre pour tout dire voir tout publier. (le participant)

Il paraît que, selon nos interviewés, qu'en majeure partie la rétention des informations et la peur de communiquer sont dues par cette clause de confidentialité qui se trouve à l'intérieur du contrat signé entre les bailleurs de fonds et l'entreprise.

Donc, en majeure partie la peur de divulgation et la rétention de certaines informations sont dues par cette clause de confidentialité signée entre les bailleurs de fonds et l'entreprise...voilà la vérité. (le participant)

Toutefois, la situation qui nous paraît étrange c'est que même à l'intérieur des entreprises, il y a une sorte de peur qui existe même pour les employés en termes de divulgation des informations.

On prépare un rapport sur les activités RSE réalisées au cours de l'année pour présenter aux principaux actionnaires intéressés...même les employés n'ont pas accès à ce document. En plus, il faut vous dire que même à l'intérieur de l'organisation, les responsables ont eu peur que les employés ne divulguent pas certaines informations. (le participant)

En outre, si ces deux facteurs, à savoir l'existence d'une clause de confidentialité et la peur de divulguer, sont liés à l'existence d'un fonds externe servant à financer certaines activités sociétales et à un doute que les informations de l'entreprise pourraient utiliser à son encontre, il convient maintenant de regarder les facteurs liés aux pressions externes que pourraient subir les entreprises face à la non-divulgation des informations de RSE.

#### 4.2.2.2. L'absence des groupes de pression et l'absence de menaces de légitimité

Généralement, les groupes de pression peuvent être considérés comme des acteurs qui peuvent s'organiser d'une manière collective pour une raison quelconque. Par rapport à la RSE, on peut considérer le groupe de pression comme tout groupe ou individu qui affecte ou est affecté par l'accomplissement des objectifs d'une entreprise quelconque (Freeman, 1984). Et, ce groupe peut aussi affecter les objectifs de l'entreprise soit par des mouvements de boycottage, ou d'autres mouvements visant à mettre en question la légitimité de l'entreprise.

Curchod, Morales et Talbot (2015) partagent l'idée que l'entreprise peut subir certaines pressions qui peuvent servir à questionner la légitimité de l'entreprise. En ce sens, les entreprises sont sous pression lorsque leur légitimité, leur identité et le sens de leurs actions sont menacés.

Toutefois, dans le contexte haïtien, nos interviewés nous parlent d'une absence presque totale des pressions que peuvent recevoir les entreprises par les véritables groupes de pression existant en Haïti. Ils profitent aussi pour nous parler de l'absence de menaces de leur légitimité qui pourraient résulter par une sorte de confiance des parties prenantes ou les groupes de pression par rapport aux actions des entreprises. Pour bien comprendre cette question, nous avons extrait des textes découlant de nos entretiens.

Tableau 4.6 Extrait des facteurs de l'absence des groupes de pression et de l'absence de menaces de légitimité

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| Absence de groupe de pression    | « Je dirais qu'il y a des groupes de pression en Haïti, certes, mais ce ne sont pas des groupes de pression qui vont demander aux entreprises de rendre compte sur les activités sociales et environnementales qu'elles entreprennent au sein de la communauté. »  |
|                                  | « On peut dire que l'une des raisons c'est l'absence presque totale des groupes de pression dans ces pays...il y a toute une multitude d'organisations de droits de l'homme en Haïti, mais toutes ces organisations n'intéressent qu'aux activités d'ordres politiques. »  |
| Absence de menaces de légitimité | « Généralement, les groupes de pression peuvent constituer une menace pour la légitimité d'une entreprise dans une communauté donnée, or les groupes de pression qui sont sur le terrain en Haïti ne sont pas intéressés aux activités sociales et environnementales de l'entreprise...il n'y a pas eu de menaces de légitimité...nous sommes tranquilles ici. » |

Selon nos interviewés, non seulement il y a l'absence de groupe de pression et l'absence de menaces de leur légitimité dans la communauté qui peuvent considérer comme deux facteurs motivateurs à la non-divulgence des informations de RSE, mais l'État ne fait rien aussi pour les encourager ou les forcer à divulguer des informations.

Il faut te dire que, généralement, les autres grandes entreprises qui font des divulgations dans d'autres pays c'est pour chercher une sorte de légitimité ou pour se conformer à la loi...en Haïti, non seulement il n'y a pas eu un cadre légal qui régit ce domaine, mais il n'y a pas eu de menaces de légitimité aussi. (le participant)

Cet extrait nous montre que la légitimité représente un grand enjeu pour ces entreprises dans le sens qu'elle est très importante. Si le concept de la légitimité est très important pour les entreprises haïtiennes, comment elles acquièrent cette

légitimité? Face à cette question, nos interviewés étaient unanimes face à la démarche pour acquérir leur légitimité et la maintiennent :

Nous posons des actions concrètes en termes de responsabilités sociales, sociétales et environnementales pour améliorer les conditions de vies des gens tant au niveau de la communauté qu'à l'intérieur de l'entreprise comme : construction des écoles, entretiens des routes, programme de reboisement, des bourses d'études, salaires intéressants plus des primes de rendements aux employés, et autres actions qui peuvent favoriser le développement socio-économique du pays...en retour les gens n'ont qu'à nous aimer. (le participant)

Tout ceci nous ramène à comprendre que les entreprises haïtiennes ont une certaine légitimité qu'elles ont gagnée en faisant des actions concrètes au niveau de la communauté. Cette légitimité peut être un facteur explicatif de l'absence des groupes de pression et de l'absence de menaces de légitimité, car selon Curchod, Morales et Talbot (2015) la légitimité d'une organisation ou d'une personne peut atteindre un niveau tel qu'elle se transforme en confiance excessive au point que même les retours négatifs d'expérience ne sont pas pris en compte par les parties impliquées pour prendre des mesures correctrices contre l'organisation en question.

#### 4.2.2.3. Le contexte culturel et le mimétisme institutionnel

Le contexte culturel où un individu ou une organisation évolue l'affecte d'une manière ou d'une autre. Selon plus d'un, le contexte culturel a rapport à un ensemble de croyances, de valeurs et de normes partagées au sein d'une communauté donnée. En ce sens, une pratique quelconque coconstruite par un ensemble d'individu ou d'organisation peut devenir comme une norme non écrite et que les nouveaux

arrivants pourraient bien obligés de suivre ou imiter. Cette imitation des pratiques antérieures peut être nommée au sens scientifique du terme mimétisme institutionnel.

Ainsi, ces extraits de textes ci-dessous, découlant de nos entretiens, vont porter des éléments explicatifs à ces deux facteurs, à savoir la culture organisationnelle et le mimétisme institutionnel, comme deux indicateurs pouvant être liés à la non-divulgence des informations de RSE par les entreprises haïtiennes.

Tableau 4.7 Extrait des facteurs du contexte culturel de l'entreprise et du mimétisme institutionnel

|                          |   |
|--------------------------|---|
| La culture d'entreprise  | « Pour moi, il s'agit beaucoup plus d'un problème d'ordre culturel, nous n'avons pas l'habitude de faire ces formes de publication...il faut comprendre qu'un contexte culturel donné peut influencer même les dirigeants d'une entreprise à faire ou ne pas faire telle ou telle chose dans une période donnée...même en dehors de sa bonne volonté. »   |
|                          | « Ce sera de même aussi, toutes choses étant égales par ailleurs, si les entreprises qui s'impliquent dans la RSE au même titre que nous ont eu l'habitude de divulguer certaines informations, en dehors de l'absence d'un cadre légal, nous serions dans l'obligation d'entrer dans ce dynamisme...on développe une forme de culture de rétention d'information en lieu et place d'une culture divulgatrice. »                        |
| Mimétisme institutionnel | « Moi, je ne veux pas parler seulement d'imitation des autres entreprises, mais je vois le mimétisme institutionnel dans le cadre de la RSE en Haïti comme une règle coconstruite par les entreprises pionnières de la RSE en Haïti...dans le sens que toutes les entreprises pratiquent la RSE sans faire de divulgation. »  |
|                          | « Je pense que c'est mieux d'imiter les autres entreprises, en posant des actions sociales, sociétales et environnementales concrètes au niveau de la communauté...nous posons des actions concrètes pour améliorer les conditions de vies des gens...et en retour, nous gagnerons une certaine légitimité pour exercer nos activités sans problème...pas besoin de déboursier des fortes sommes d'argent pour préparer des rapports. » |

La question de la culture organisationnelle ressemble beaucoup plus à un problème d'ordre culturel qui peut s'expliquer par le fait que les entreprises ne sont pas habituées à divulguer des informations sur leurs implications en termes d'actions sociétales et environnementales réalisées au niveau de la communauté. Toutefois, elles sont ouvertes par rapport à l'idée de divulguer des informations de RSE.

Si une entreprise commence à le faire, je pense que les autres entreprises vont le faire aussi...je pense aussi si l'État décide de prendre des mesures légales afin de faire de la divulgation des informations de RSE une obligation pour toutes les entreprises à partir d'une certaine taille donnée...je pense nous finirons par embarquer là-dedans. (le participant)

En ce qui a trait au mimétisme institutionnel, il s'agit d'une démarche coconstruite par les entreprises pionnières dans le domaine de la RSE en Haïti, dans le sens que les entreprises qui étaient là bien avant ont développé une forme de rétention d'information et non pas une culture divulgatrice, ce qui fait que les autres entreprises qui rentrent sur le marché les suivent en leur imitant. Toutefois, derrière le discours d'imitation de la stratégie de la non-divulgation, il y a autre chose qui peut être caché. En effet, nos participants nous ont confié quelques choses qui paraient être intéressante pour comprendre les dessous de cette stratégie de la culture organisationnelle conduite par une forme de mimétisme institutionnel. Ainsi, ils nous ont dit que :

Je pense que dans la majorité des cas les rapports préparés par les entreprises en matière de RSE ne sont que des discours qui n'ont aucun rapport avec les actions concrètes. Mais, nous...nous ne faisons pas de discours...nous faisons des actions concrètes...je pense que mieux vaut prendre cet argent qu'on allait payer aux experts pour préparer un rapport de RSE/DD et de faire beaucoup plus d'actions concrètes pour améliorer les conditions de vie des gens. (le participant)

Ce qui nous laisse à croire que, dans le contexte haïtien, les entreprises donnent une priorité aux actions de RSE concrètes en lieu et place des rapports sur ces activités au niveau de la communauté. Ce qui pourrait être considéré comme une stratégie utilisée par ces entreprises.

Ainsi, étant donné que ce chapitre était réservé à la présentation de nos principaux résultats à l'aide de nos entretiens, il revient maintenant, dans le chapitre qui va suivre, de faire une analyse approfondie de ces principaux résultats.

## CHAPITRE V

### DISCUSSION

Ce chapitre consiste à faire une discussion sur nos principaux résultats présentés au chapitre précédent. Il nous permettra à expliquer nos objectifs de recherche, et du même coup, répondre à notre question de recherche où nous voulons comprendre pourquoi les entreprises haïtiennes ne divulguent pas des informations de RSE. Bien avant, il faut rappeler que notre objectif de recherche consiste, d'une part, à regarder les pratiques des entreprises haïtiennes en matière de responsabilité sociale et environnementale, et, d'autre part, comprendre les raisons qui motivent les entreprises à ne pas divulguer des informations soit attaché dans leur rapport annuel ou dans des rapports spécifiques comme ceux du développement durable ou de RSE.

En fait, ce chapitre se divise en deux parties distinctes en fonction de l'objectif de recherche qu'on peut se diviser en deux parties à savoir : les pratiques des entreprises en termes de RSE et les facteurs qui peuvent motiver les entreprises à ne pas divulguer les informations sur ces pratiques. Ainsi, dans une première partie, nous allons jeter un regard sur les pratiques des entreprises en termes de RSE, et, dans une deuxième partie, nous allons analyser les facteurs qui sont liés à la non-divulguation des informations de RSE.

### 5.1 Regard sur les pratiques de RSE des entreprises haïtiennes

Pour mieux comprendre à quel niveau les entreprises haïtiennes s'impliquent au niveau de la RSE, il faut jeter un regard sur la notion de RSE en termes de pratiques des entreprises. Dans ce sens, nous allons aborder la notion de RSE dans une conception trilogique<sup>9</sup> à savoir la RSE interne, la RSE externe et la RSE environnementale.

Ainsi, nos résultats, pris dans une approche trilogique de la RSE, trouvent les mêmes résultats que les travaux de Ron et Surendra (2010), Berger-Douce (2008) et Kandoussi et El Hassani (2017) qui ont été présentés au niveau de notre revue de littérature. En ce sens, en termes de pratiques sociales de la RSE (ou RSE interne ou engagement social), les entreprises haïtiennes prennent en compte leurs employés en les fournissant des formations sur une base régulière en fonction des besoins des entreprises ; elles attribuent une rémunération adéquate accompagnée par des primes, des bonus et autres traitements ; elles assurent la sécurité et la santé sur les milieux de travail tout en donnant aux employés un régime de retraite solide ; elles favorisent le dialogue social entre les employés à divers niveau hiérarchique ; elles encouragent l'équité du genre dans les critères de sélection des cadres.

En ce qui a trait aux responsabilités sociétales, nos résultats ont montré que les entreprises haïtiennes s'impliquent dans la formation des agriculteurs haïtiens, le financement de quelques universités tout en encourageant la recherche universitaire et

---

<sup>9</sup> Cette approche a été développée au niveau de notre revue de littérature

en octroyant des bourses d'études, programme d'assistance sociale aux orphelins, gestion du patrimoine historique et culturel du pays, subventions aux personnes à mobilité réduite, construction des logements sociaux, programme d'assistance socio-économique à la communauté, construction et rénovation des écoles, aménagement des tronçons routes. Toutes ces actions concourent au développement socio-économique de la communauté.

En ce qui concerne aux engagements environnementaux des entreprises haïtiennes, nos résultats nous montrent que les actions des entreprises se tournent autour de la protection de l'environnement par la mise en place des programmes de recyclage des déchets, la réduction des gaz à effet de serre en investissant beaucoup plus dans les énergies solaires et éoliennes, la mise en place d'un programme de reboisement communautaire où l'entreprise et la communauté se mettent ensemble autour de ce vaste projet, l'installation des poubelles, programme de traitement des eaux usées.

Tout ceci prouve que les entreprises haïtiennes s'impliquent au niveau de la RSE d'une manière globale surtout quand on prend ce concept dans sa conception trilogique. Toutefois, il faut mentionner que pour les activités sociétales ou l'engagement externe de la RSE, les entreprises haïtiennes ont recours, le plus souvent, à une structure interne qu'on appelle fondation qui est considérée comme le bras social des entreprises.

C'est presque le même constat à la Colombie où les entreprises ont recours à cette forme de structure pour remplir leur fonction sociétale. Ainsi, l'étude de Jimenez (2013) sur les entreprises minières à la Colombie souligne que les bases de la coopération entre la communauté et l'entreprise ont été établies quand la compagnie a décidé d'opérationnaliser sa fonction sociale par le moyen d'une fondation qu'elle a créée à l'interne.

En effet, s'il est vrai que la définition de la RSE peut être différente selon les organisations, les chercheurs ou les experts, dans ces différentes définitions on trouve des éléments comme le bien-être des employés, la gouvernance d'entreprise, le soutien à la communauté locale, les préoccupations environnementales telles que souligne Shah et Hinostroza (2008). En effet, de nos jours on peut s'attendre à une panoplie de comportements sociaux de la part des entreprises, car elle évolue au fur et à mesure de l'évolution de la société (Tremblay et Cormier, 1983).

Ce qui nous amène à conclure que, vu l'implication des entreprises haïtiennes par rapport aux diverses actions de la responsabilité sociale et environnementale posées au niveau de la communauté, elles sont des entreprises responsables. Car, une entreprise socialement responsable est appelée à prendre en compte les préoccupations sociétales qui caractérisent son environnement et à répondre aux attentes de différents partenaires sociaux, et elle doit mesurer les conséquences de ses activités économiques sur le plan social et environnemental pour assurer le bien-être collectif (Duong et Robert-Demontroung, 2004).

## 5.2 Analyse des facteurs liés à la non-divulgence des informations de RSE en Haïti

Au niveau du chapitre sur la revue de littérature, nous avons identifié certains facteurs qui peuvent expliquer les raisons qui poussent les entreprises à ne pas divulguer des informations de RSE soit dans le rapport annuel ou soient dans des rapports spécifiques comme ceux du développement durable ou RSE. Il s'agit des facteurs comme la peur de divulguer certaines informations dites secrètes, la rétention des informations, l'absence des groupes de pression, les coûts élevés de préparation des

rapports et le mimétisme institutionnel. Il faut ajouter que tous ces facteurs ont été étudiés en fonction de trois approches théoriques à savoir la théorie de la légitimité, la théorie des coûts de l'information et la théorie néo-institutionnelle.

Toutefois, ces facteurs ci-dessus ont été confrontés à la réalité du terrain lors de nos multiples entrevues semi-dirigées avec des responsables des entreprises qui s'impliquent dans la RSE en Haïti, et d'autres facteurs ont été émergés lors de la phase de collecte de données. Il s'agit des facteurs comme l'absence de menaces de légitimité, l'existence d'une clause de confidentialité entre les bailleurs de fonds et l'entreprise, la culture d'entreprise et la mauvaise gouvernance.

Ainsi, pour faciliter la compréhension du lecteur, cette partie se divise en deux parties dont dans la première nous allons confronter les discours des participants avec la littérature existante afin de voir à quel niveau les facteurs identifiés à partir des fondements empiriques et théoriques de notre travail peuvent expliquer les raisons qui poussent les entreprises à ne pas divulguer des informations sur leurs implications sociales et environnementales au niveau de la communauté en passant en revue les théories, et la deuxième partie consiste à regarder à quel niveau les facteurs émergents peuvent expliquer la problématique de la non-divulgence des informations de RSE.

#### 5.2.1 Discussion sur les facteurs provenant de la littérature qui sont liés à la non divulgation

Dans cette partie nous avons regroupé ces facteurs en trois en fonction de nos fondements théoriques dans le sens que les facteurs ont été supportés à partir de nos

approches théoriques. Ainsi, d'une part, l'absence des groupes de pression (la théorie de légitimité), d'autre part, les coûts élevés de préparation des rapports, rétention d'information et la peur de divulguer certaines informations (théorie des coûts d'information) et enfin, le mimétisme institutionnel (théorie néo-institutionnelle).

#### 5.2.1.1. Facteur lié à la théorie de légitimité

##### 5.2.1.1.1. Absence des groupes de pression

En ce qui concerne le facteur absence des groupes de pression, nos résultats nous ont montré qu'il y a des groupes de pression en Haïti comme les organisations de droits de l'homme, les médias et autres, mais ces groupes de pression sont beaucoup plus intéressés aux activités politiques. Ces groupes ne posent pas des problèmes aux entreprises pour les demander de rendre compte sur ces actions au niveau de la communauté. Dans ce cas, on peut dire qu'il n'y a pas de groupe de pression qui peut forcer les entreprises haïtiennes à divulguer des informations soit par des actions de boycottage ou des actions de dénonciations.

En tenant compte des travaux de plusieurs chercheurs comme (Patten, 1991; Guthrie et Parker, 1989 et Deegan, 2002) où ils ont montré qu'il y a une relation entre la divulgation des informations et les groupes de pression dans le sens que les organisations diffusent des informations en réaction à des pressions de leur environnement économique, social ou politique, on peut dire que l'absence des

groupes de pression peut être considérée comme un facteur pour expliquer la non-divulgence des informations par les entreprises haïtiennes.

Cependant, les entreprises haïtiennes ont développé des stratégies pour acquérir et garder une certaine légitimité au niveau de la communauté malgré l'absence des groupes de pression, car, la notion de légitimité est consubstantielle de l'ordre social établi (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2015). Leurs stratégies consistent à poser des actions effectives au niveau de la communauté dans l'idée d'acquérir une sorte de légitimité que Meyer et Rowan (1977 cité dans Capron et Quairel-Lanoizelée, 2015) appellent légitimité substantive qui peut être définie par opposition à la légitimité symbolique qui consiste à poser des actions symboliques ou discursives (généralement au niveau des rapports).

En ce qui concerne les deuxièmes groupes de facteurs à savoir les coûts élevés de préparation des rapports, la peur de divulguer des informations dites secrètes et la rétention des informations, nous avons trouvé des résultats spécifiques à chacun.

#### 5.2.1.2. Facteurs liés à la théorie des coûts de l'information

##### 5.2.1.2.1. La rétention des informations

Tout d'abord, il faut dire que deux situations peuvent expliquer la rétention des informations à savoir la non-utilité de ces informations pour les parties prenantes de

l'entreprise et quand la divulgation de certaines informations est susceptible d'occasionner des coûts dus à l'interprétation préjudiciable des tierces parties (Rivière-Gordano, 2007). Dans le cadre de nos résultats, nous avons trouvé que la rétention des informations s'explique non seulement pour sa non-utilité et la question des préjudices, mais elle tend à devenir une norme partagée entre tous les acteurs voire même l'État dans le sens que c'est normal qu'une entreprise garde ses informations.

Ces résultats vont dans le même sens que ceux de Ben Rhouma (2008) où l'entreprise doit pouvoir contrôler sa divulgation et peut décider de retenir l'information ou d'en divulguer moins pour ne pas porter atteinte à sa position concurrentielle et éviter les coûts exclusifs pouvant être générés par ses groupes de pression. Certains auteurs considèrent que, même en l'absence de coûts de diffusion, les managers peuvent préférer faire de la rétention d'informations s'il apparaît non bénéfique pour l'entreprise de diffuser une information privée. En ce sens, l'entreprise peut décider d'adopter une stratégie de rétention d'informations lorsque certaines données sont susceptibles d'occasionner des coûts de propriété dus à l'intervention préjudiciable de tierces parties (Dye, 1985 ; Verrecchia, 1983 ; Rivière-Giordano, 2007).

#### 5.2.1.2.2. La peur de divulguer des informations

Ensuite, pour la peur de divulguer des informations, nos résultats nous montrent que cette dernière peut être expliquée par la peur que les informations divulguées par l'entreprise ne soient pas utilisées par une tierce partie à l'encontre de l'entreprise.

Ce résultat n'est pas trop différent de ceux de Deslaurier (2003) qui a montré que la peur de divulgation des informations peut être justifiée par le fait que cette publication peut être posée des préjudices à l'entreprise à l'avenir. Ces préjudices pourraient être posés par l'État dans le sens que ce dernier peut questionner certaines informations aux fins fiscales, ainsi que par la société civile qui peut utiliser ces informations à des fins politiques.

Car, selon Swaen et Vanhamme (2006), il semblerait que plus on est transparent, plus on se fait critiquer, et il est assez surprenant de voir que les entreprises qui ne font rien dans le domaine sont aussi celles qui reçoivent le moins de critiques. En ce sens, il existe un risque élevé d'avoir à faire face à des accusations, fondées ou non, de comportements non citoyens même si on divulgue ou pas. Donc, dans un tel contexte, il est compréhensible que les entreprises aient peur de communiquer au sujet de leurs activités citoyennes.

#### 5.2.1.2.3. Les coûts élevés de préparation des rapports

Enfin, en ce qui concerne les coûts élevés de préparation des rapports, nos résultats montrent qu'il n'y a pas une demande réelle pour divulguer ces types d'information tant à l'interne qu'à l'externe. En plus, les gestionnaires ont privilégié l'approche coûts/bénéfice par rapport à toute décision de divulgation des informations quelconques dans le sens qu'ils regardent toujours si les coûts engagés pour prendre une décision de divulguer une information ne sont pas supérieurs par rapport aux bénéfices espérés. En adoptant cette approche, nos résultats nous ont montré que non seulement les entreprises ne déboursent pas des fortes sommes d'argent pour la préparation des rapports extrafinanciers, mais aussi elles évitent les coûts exclusifs.

Ainsi, si l'on tient aux travaux des chercheurs antérieurs (Trabelsi, 2005; Cormier et magnan, 2005; Ben Rhouma, 2008 et Deslaurier, 2000) où selon la théorie des coûts d'information les coûts exclusifs sont liés à la dévalorisation de l'entreprise par les groupes de pression qui ont pu obtenir l'information divulguée par l'entreprise, on pourrait exclure les coûts exclusifs comme facteur pour expliquer la non-divulgaration des informations par les entreprises dans le sens que dans le contexte haïtien il n'y a pas de groupe de pression. En ce sens, l'utilisation de l'approche coûts/bénéfice paraît beaucoup plus comme un discours qu'une réalité en ce qui concerne à la décision de divulguer ou pas dans notre contexte.

#### 5.2.1.3. Facteur lié à la théorie néo-institutionnelle

##### 5.2.1.3.1. Mimétisme institutionnel

Nos résultats ont montré que le mimétisme institutionnel a été conçu comme une règle coconstruite par les entreprises haïtiennes qui s'impliquent dans la RSE dans le sens que les entreprises pionnières dans ce domaine ont adoptées une stratégie de poser des actions sociétales et environnementales concrètes au niveau de la communauté et en retour elles ont gagnées une certaine légitimité, et que les autres entreprises qui s'engagent dans des initiatives de RSE suivent les pionnières en posant des actions de RSE concrètes.

En ce sens, on peut dire que les entreprises adoptent une stratégie mimétique dans le sens qu'elles suivent le comportement des autres. Car, les pressions mimétiques imposent aux entreprises de paraître légitimes en imitant le comportement des

concurrents les plus respectés, peut-être les plus centrés sur la RSE (Quairel-Lanoizelée, 2012). Car, le copieur ne risque pas d'être distancié et finalement ne prend pas plus de risque que le copié (Bodet et Lamarche, 2007). En ce sens, l'adoption d'un comportement mimétique quelconque par les entreprises haïtiennes peut avoir comme effet immédiat la création d'un standard de comparaison interfirme pour appuyer finalement leurs stratégies mimétiques.

Ce comportement mimétique traduit la logique mimétique de la théorie néo-institutionnelle selon laquelle les entreprises adoptent des comportements mimétiques qui les conduisent à imiter les autres qui sont dans le même secteur (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2004 ; DiMaggio et Powell, 1983). Il s'agit d'une sorte d'isomorphisme au sein du champ organisationnel où les entreprises vont rechercher des modèles déjà adoptés par d'autres organisations au sein de leur champ organisationnel (DiMaggio et Powell, 1983). Ce qui sous-entend que l'approche cognitive de la théorie néo-institutionnelle peut expliquer la non-divulgence des informations par les entreprises haïtiennes.

### 5.2.2. Conclusion sur les fondements théoriques

Dans cette partie, on peut conclure que parmi les trois théories utilisées pour comprendre ces facteurs, la théorie des coûts de l'information est moins présente dans ce contexte particulier. Les arguments des responsables des entreprises étaient basés sur les coûts exclusifs pour expliquer la non-divulgence dans le sens que les informations pourraient être préjudiciables aux entreprises à l'avenir, en même temps on nous a parlé de l'absence des groupes de pression, pourtant pour cette théorie les

préjudices découlent de l'existence des groupes de pression. En ce sens, on peut dire que la théorie des coûts d'information n'arrive pas à porter une explication claire de la non-divulgence des informations.

En ce qui concerne la théorie de la légitimité, si l'on tient aux arguments d'Ashforth et Gibbs (1990) et Meyer et Rowan (1997, cité dans Capron et Quairel-Lanoizelée, 2015) qui ont indiqué que les entreprises peuvent obtenir une légitimité substantive (en posant des actions de RSE concrètes) ou une légitimité symbolique (en posant des actions symboliques ou discursives), on peut dire que cette théorie explique en partie la non-divulgence des informations, car nos résultats ont montré que les entreprises haïtiennes ont choisi l'approche substantielle de la théorie de légitimité en posant des actions concrètes au niveau de la communauté.

Enfin, la théorie néo-institutionnelle explique la non-divulgence des informations beaucoup plus que les deux premières théories dans son approche cognitive. Cette théorie se démarque des autres modèles théoriques en considérant l'entreprise comme une construction sociale et culturelle (Abbes, 2013).

En effet, si dans l'article de Caron et Turcotte (2006) sur la potentielle régulation des pratiques de divulgation en matière de développement durable, elles ont mentionné qu'en absence de forces coercitives, les forces normatives et cognitives dominant et offrent aux entreprises la souplesse requise pour favoriser leur adhésion au concept de développement durable. Dans le cadre de notre travail, nous avons constaté, qu'en absence de forces coercitives et normatives, les forces cognitives dominant et permettent aux entreprises de gagner une certaine légitimité au niveau d'une communauté quelconque en dehors de la divulgation des informations ou pas, de par les actions concrètes posées en termes de RSE au niveau de la communauté que l'entreprise évolue.

### 5.2.3. Discussion sur les facteurs émergents qui sont liés à la non-divulgation

Cette partie présente les facteurs qui ont été émergés à partir de nos terrains, elle nous permettra aussi de proposer un nouveau cadre conceptuel pour les études futures. Ainsi, nous allons présenter ces facteurs successivement à savoir : l'absence des menaces de légitimité, la culture d'entreprise, la mauvaise gouvernance et l'existence d'une clause de confidentialité.

Pour les deux premiers facteurs à savoir l'absence des menaces de légitimité et la culture d'entreprise, on pourrait les liés à deux facteurs identifiés lors de nos fondements empiriques et théoriques comme l'absence des groupes de pression et le mimétisme institutionnel. En ce sens, on peut poser deux hypothèses : l'absence des groupes de pression entraîne une absence de menaces de légitimité pour l'entreprise, et le mimétisme institutionnel tend à développer une culture d'entreprise qui devient une norme coconstruite au niveau d'un champ organisationnel.

Généralement, les groupes de pression peuvent constituer une menace pour la légitimité d'une entreprise dans une communauté donnée, or les groupes de pression qui sont sur le terrain en Haïti ne sont pas intéressés aux activités sociales et environnementales de l'entreprise, ce qui revient à dire qu'il n'y a pas eu de menaces de légitimité. D'autre en plus, si on considère que les entreprises qui font des divulgations dans d'autres pays c'est dans l'idée de chercher une sorte de légitimité ou pour se conformer à la loi, on peut dire que cette situation n'est pas la même pour les entreprises haïtiennes dans le sens que non seulement il n'y a pas eu un cadre légal qui régit ce domaine, mais il n'y a pas eu de menaces de légitimité aussi.

Toutefois, l'absence de menaces de légitimité ne veut pas dire que les entreprises n'ont pas acquis une certaine légitimité au niveau de la communauté. En ce sens, nos résultats montrent que les entreprises haïtiennes ont adopté une démarche qui consiste à poser des actions concrètes au niveau de la communauté (comme construction des écoles, entretiens des routes, programme de reboisement, des bourses d'études, salaires intéressants plus des primes de rendements aux employés, et autres actions qui peuvent favoriser le développement socio-économique du pays). En effet, cette approche rejoint les travaux d'Ashforth et Gibbs (1990) qui ont développé deux stratégies de recherche de légitimité à savoir une légitimité substantive qui est déterminée par les actions concrètes posées par les entreprises au niveau de la communauté, et une légitimité symbolique qui peut être gagnée par des images, des discours ou des symboles.

Ce qui revient à dire que les actions de RSE concrètes posées par les entreprises peuvent développer une situation de confiance entre les entreprises et les groupes de pression au niveau de la communauté. Cette confiance traduit la légitimité de l'entreprise au niveau de la communauté. Ainsi, selon Curchod, Morales et Talbot (2015) la légitimité d'une organisation peut atteindre un niveau tel qu'elle se transforme en confiance excessive au point que même les retours négatifs d'expérience ne sont pas pris en compte par les parties impliquées pour prendre des mesures correctrices contre l'organisation en question.

En ce qui a trait à la culture d'entreprise, il s'agit d'un ensemble de croyances, de valeurs et de normes partagées au sein d'un champ organisationnel donné. Ces pratiques, généralement coconstruites au niveau de ce champ organisationnel, peuvent devenir comme une norme non écrite et que les nouveaux arrivants pourraient bien obligés de suivre ou imiter les autres. Cette imitation des pratiques antérieures peut être nommée au sens scientifique du terme mimétisme institutionnel.

Dans notre cas, les entreprises ont développé une culture non-divulgateuse, mais elles se contentent de faire des actions sociales, sociétales et environnementales concrètes au niveau de la communauté. Ce qui nous laisse à croire que la question de la culture organisationnelle et le mimétisme institutionnel peut être comprise comme une stratégie utilisée par les entreprises en priorisant les actions de RSE concrètes en lieu et place des rapports sur ces activités au niveau de la communauté.

En ce qui concerne la mauvaise gouvernance, nos résultats nous montrent que cette situation est traduite par un manque de transparence au niveau des conseils d'administrations des entreprises haïtiennes qui se manifestent par l'absence de divulgation des informations sur les actions posées par les entreprises en matière de RSE. Donc, si on considère que la divulgation des informations comme un mécanisme de bonne gouvernance (Khemakhem, 2015), on peut dire que l'absence de divulgation peut être interprétée comme une mauvaise gouvernance.

Fort de ces considérations, on peut dire cette mauvaise gouvernance peut-être considérée comme un facteur qui pourrait empêcher les entreprises à ne pas divulguer des informations sur les actions sociales, sociétales et environnementales posées au niveau de la communauté.

Enfin, nos résultats montrent qu'il y a eu l'existence d'une clause de confidentialité au niveau du contrat que les entreprises signent avec quelques bailleurs des fonds pour exécuter certains projets sociétaux et environnementaux de grande envergure au niveau de la communauté. Généralement, pour l'exécution de certains macro-projets, deux situations sont probables, soit deux ou trois entreprises se mettent ensemble pour réaliser le projet, ou soit une autre institution, comme les organisations internationales, peut réaliser le projet de concert avec l'une des entreprises par le biais de sa fondation. Dans la deuxième situation, il s'agit beaucoup plus d'un financement

que l'entreprise a reçu par le biais de sa fondation qui symbolise son bras social entre les mains de cet organisme international. Étant donné que ce financement fait l'objet d'un contrat, l'organisme qui finance ce projet a inséré une clause à l'intérieur de ce contrat pour demander à l'entreprise via sa fondation de ne pas divulguer des informations.

Toutefois, à la Trinité-et-Tobago les entreprises exécutent des projets de RSE en partenariat avec d'autres organismes, mais il n'y a pas eu cette clause de confidentialité. Selon les études de Ron et Surendra (2010) plus de soixante-dix pour cent (70%), des entreprises trinitadiennes ont entrepris des programmes sociaux et environnementaux en partenariat avec d'autres homologues. Cette question de clause de confidentialité paraît typique au contexte haïtien en ce qui concerne l'exécution des projets sociétaux en partenariat avec d'autres organismes.

D'autres en plus, il paraît que cette clause est très importante, voire même primordiale pour les deux acteurs, car elle est la condition sine qua non pour trouver des fonds pour réaliser un projet sociétal ou environnemental en partenariat avec un organisme international ou national. Sans le respect total de cette clause, l'entreprise peut se trouver dans une situation où elle ne trouve pas de fonds pour exécuter certaines activités sociétales au niveau de la communauté. Ce qui revient à dire que cette clause représente un frein à la divulgation des informations de RSE.

Ainsi, dans ce chapitre, en fonction de nos divers résultats, nous avons remarqué que les entreprises haïtiennes s'impliquent de plus en plus dans le domaine de la RSE. D'ailleurs, par rapport aux autres études antérieures qui ont été menées par d'autres chercheurs qui ont étudié la RSE dans une approche trilogique (Ron et Surendra, 2010; Berger-Douce, 2008; Benouakrim, Kandoussi et El Hassani, 2017), nos résultats ont montré que les pratiques des entreprises haïtiennes étaient tournées vers

cette approche trilogique à savoir des actions sociales, sociétales et environnementales. Nous avons montré aussi que la non-divulgence des informations de RSE par les entreprises haïtiennes peut être expliquée par neuf facteurs, dont cinq provenant de notre revue de la littérature, et quatre découlant à partir de notre terrain: l'absence de groupe de pression, la peur de divulguer des informations, la rétention des informations, les coûts élevés de préparation des rapports, la mauvaise gouvernance, l'existence d'une clause de confidentialité, la culture organisationnelle et le mimétisme institutionnel. Nous avons montré aussi que l'approche substantielle de la théorie de la légitimité et l'approche cognitive de la théorie néo-institutionnelle peuvent mieux expliquer la non-divulgence des informations RSE que la théorie des coûts d'information.

Enfin, vu l'émergence des nouveaux facteurs lors de nos études de terrain en Haïti, nous tenons à proposer un nouveau cadre conceptuel pour les études futures qui auront à étudier la non-divulgence dans d'autre contexte.

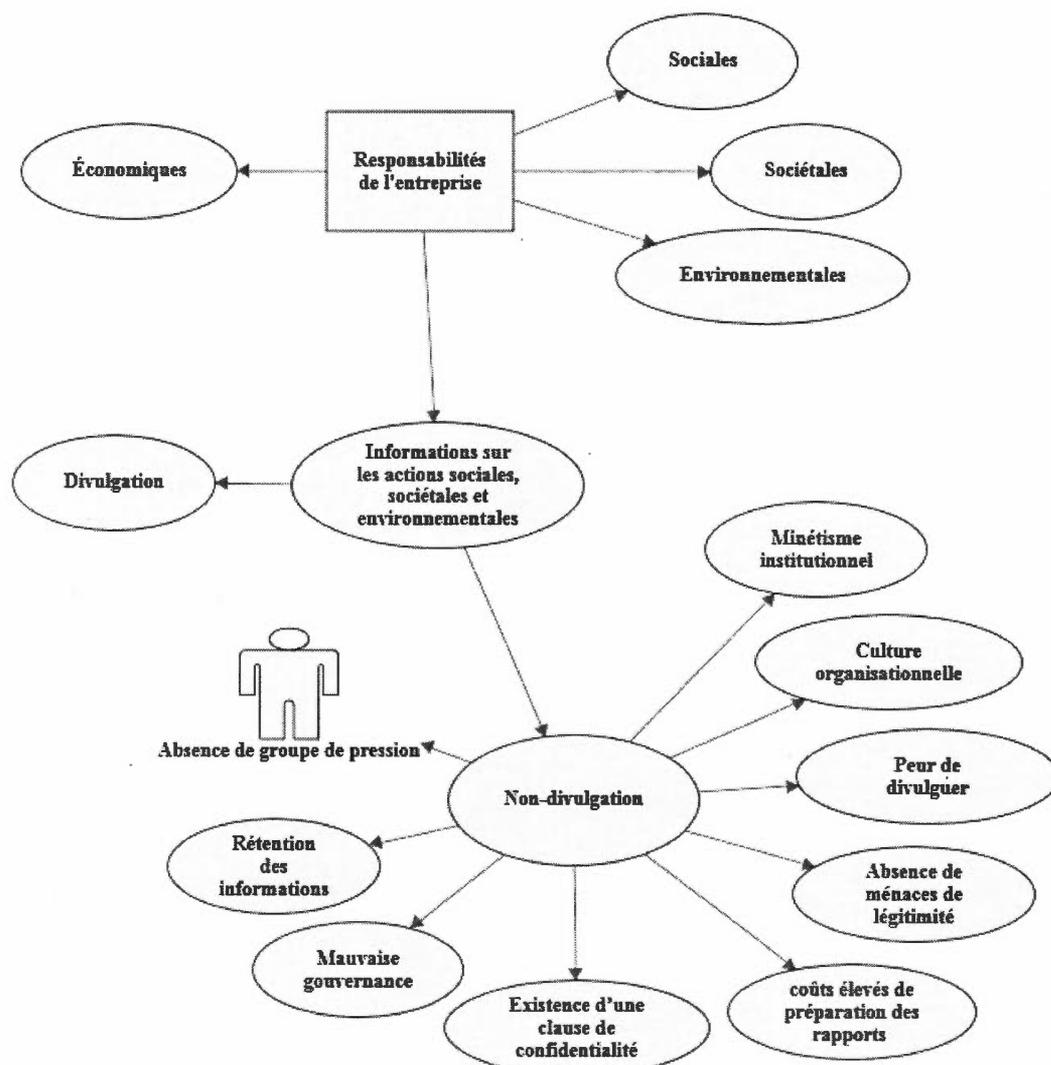


Figure 5.1 : Proposition de cadre conceptuel

Ce cadre conceptuel reprend les concepts qui ont été développés tout au long de ce travail de recherche particulièrement au niveau de la revue de littérature, nous avons ajouté les facteurs qui ont été émergés lors de notre terrain. En plus, au niveau des

responsabilités de l'entreprise, nous avons séparé la responsabilité économique des responsabilités sociales, sociétales et environnementales qui constituent le socle du concept de la RSE dans le but de faciliter la compréhension des autres chercheurs qui vont approfondir ce travail de recherche.

Après avoir fait des multiples discussions autour de nos principaux résultats découlant de nos données collectées lors de la phase de terrain, dans le chapitre suivant, nous allons conclure la présente recherche tout en rapplant les principaux résultats et en soulignant les principales contributions de cette recherche ainsi que ces limites.

## CONCLUSION

Ce mémoire porte sur les enjeux de communication des informations sociales et environnementales. En effet, vu l'importance du phénomène de la responsabilité sociale et environnementale à travers le monde où tous les pays tendent à emboîter le pas, la région caribéenne ne peut pas s'échapper d'un tel phénomène. Toutefois, l'adoption des démarches RSE au niveau de la région caribéenne, particulièrement en Haïti, semblerait rester au niveau des pratiques des entreprises, mais la divulgation des informations sur les pratiques sociales de ces entreprises reste encore très problématique. Pourtant, pour certains chercheurs, les pratiques de RSE marchent de pair avec la divulgation, car cette dernière (la divulgation) constitue la traduction la plus visible de la responsabilité sociale et environnementale des organisations (Ayadi, 2017). Ce constat nous a permis de conduire cette recherche exploratoire sur un domaine peu étudié dans le contexte haïtien, celui de la divulgation des informations de RSE où nous cherchons à comprendre pourquoi les entreprises ne divulguent pas des informations sur leurs pratiques de RSE soit attaché dans le rapport annuel ou séparé dans des rapports spécifiques comme ceux du développement durable ou de responsabilité sociale.

Pour essayer de répondre à cette question de recherche, nous nous sommes fixé comme objectifs de regarder, d'une part, les pratiques en termes de responsabilité sociale et environnementale en Haïti, et, d'autre part, comprendre les raisons qui peuvent motiver les entreprises haïtiennes à ne pas divulguer des informations sociales et environnementales soit intégrés dans le rapport annuel ou d'une manière

séparée dans des rapports spécifiques comme celui de la responsabilité sociale et environnementale (RSE) ou celui du développement durable. En fonction de la nature de notre de recherche, nous avons adopté une démarche méthodologique qualitative. Comme méthode de collecte de données, nous avons fait choix de l'entrevue semi-dirigée où nous avons interviewé douze participants qui sont des hauts cadres de quatre grandes entreprises en Haïti qui s'impliquent dans des activités de responsabilité sociale et environnementale.

Les résultats obtenus nous ont permis d'atteindre nos objectifs de recherche. En ce qui concerne notre premier objectif qui consiste à regarder les pratiques des entreprises haïtiennes en termes de responsabilité sociale et environnementale, nous avons vu que les entreprises adoptent des pratiques sociales, sociétales et environnementales en dehors de ces objectifs financiers. Pour notre deuxième objectif, nous avons vu que divers facteurs peuvent expliquer la non-divulgence des informations de RSE par les entreprises dont : l'absence des groupes de pression, le mimétisme institutionnel, les coûts élevés de préparation des rapports de DD ou de RSE, la rétention des informations, la peur de divulguer des informations, la culture organisationnelle, l'existence d'une clause de confidentialité, la mauvaise gouvernance et absence de menaces de légitimité.

En effet, si les recherches antérieures ont identifié des facteurs comme le contexte culturel que l'entreprise se trouve, les secrets sur certaines activités de l'entreprise, l'insuffisance des groupes de pression et l'absence de législation en matière sociale et environnementale, la mauvaise performance de l'entreprise et la peur d'une mauvaise publicité pour expliquer la non-divulgence des informations de RSE (Adams, 2004; Teoh et Thong, 1984) ; Gao, Heravi et Xiao, 2005; Belal et Cooper, 2007), notre étude vient de montrer d'autres facteurs pour expliquer les raisons qui poussent les entreprises à ne pas divulguer des informations sur leurs activités sociales, sociétales

et environnementales soit dans leur rapport annuel ou dans rapports spécifiques comme ceux de DD ou de RSE.

Ce mémoire contribue à la littérature à plusieurs égards. En premier lieu, contrairement aux études antérieures qui ont mobilisées entre trois à cinq facteurs pour comprendre les raisons de la non-divulgence des informations de RSE, nous avons mobilisé neuf facteurs, dont cinq provenant de la littérature, et quatre découlant de notre étude de terrain dans l'idée de mieux expliquer les raisons qui poussent certaines entreprises à ne pas divulguer des informations extrafinancières soit dans le rapport annuel ou le rapport de RSE ou de DD. En deuxième lieu, vu le contexte de notre étude, nous avons renforcé la littérature sur la RSE au niveau de la région caribéenne, particulièrement en Haïti où ce champ (RSE et la divulgation) est peu étudié. En troisième lieu, nous avons proposé un nouveau cadre conceptuel pour étudier la non-divulgence dans d'autre contexte. Enfin, nous avons identifié deux approches théoriques pour étudier la non-divulgence dans d'autre contexte, à savoir l'approche substantielle de la théorie de la légitimité et l'approche cognitive de la théorie néo-institutionnelle.

#### Contraintes et limites

L'une des plus grandes contraintes c'est l'accès aux entreprises pour trouver une autorisation pour pouvoir faire les entretiens, car selon le protocole de recherche on devrait avoir l'autorisation d'un responsable de l'organisation avant même de questionner les participants potentiels dans la recherche. Le problème était lié tout d'abord à une incompréhension de notre méthode de collecte de données qui est l'entrevue semi-dirigée. Les entreprises haïtiennes sont beaucoup plus habituées aux

questionnaires, car les autres recherches antérieures qui ont été faites ont utilisé les questionnaires. Donc, à chaque entreprise où nous nous sommes présentés, on nous a demandé « où est votre questionnaire? ». J'ai passé presque deux mois à tenter de les convaincre. Malgré tout, deux des douze participants ont refusé que j'utilise mon magnétophone pour les enregistrer, ce qui m'a obligé à prendre des notes pour ces durant mes entrevues avec eux.

En ce qui a trait aux limites, nous pouvons considérer les possibilités de biais idéologiques qui existent au niveau de la recherche qualitative. Puisque cette recherche se repose sur les entrevues réalisées avec les êtres humains, leurs réponses peuvent être teintées d'opinions personnelles. Toutefois, dans le cadre de ce travail, nous avons dû nous assurer de ne pas influencer les participants, nous les avons laissés parler tout en nous assurant que tous les thèmes de notre guide d'entrevues soient débattus. De plus, lors de la phase d'analyse et d'interprétation des entrevues, nous avons procédé de la manière la plus neutre que possible afin de ne pas déformer leur sens tout en diminuant le risque de subjectivité qui pourrait y avoir dans cette recherche.

Enfin, comme toutes les recherches qualitatives, ce mémoire comporte certaines limites comme les limites liées par rapport à la méthodologie qualitative choisie qui suggère une certaine subjectivité du chercheur et de ses interprétations, les limites liées à notre méthode de collecte de données qui se base sur la perception des participants. En plus, l'une des limites majeures de cette étude c'est qu'on ne peut pas généraliser les résultats vu la taille de notre échantillon. Cependant, cette recherche peut être complétée par une étude longitudinale tout en augmentant la taille de l'échantillon et en utilisant d'autres méthodes de recherches comme observation participative et questionnaire.

## ANNEXE A

## FORMULAIRE D'APPROBATION ORGANISATIONNELLE

Titre du projet de recherche : Enjeux communicationnels des entreprises haïtiennes en matière de responsabilités sociales et environnementales.

Nom de l'étudiante-chercheur: Kenson César

Programme d'études : Maitrise Comptabilité, Contrôle, Audit.

Nom et coordonnées de la direction de recherche :

Paulina Arroyo-Pardo : (514) 987-3000 poste (5544)

Nom de l'entreprise :

Votre Organisme a été sollicité pour participer au projet de recherche intitulé : Enjeux communicationnels des entreprises haïtiennes en matière de responsabilités sociales et environnementales. Ce projet est réalisé par Kenson César, étudiant en maîtrise, dans le cadre de son mémoire d'études. Ce projet est supervisé par Paulina Arroyo-Pardo, professeure au département des sciences comptables de l'École des Sciences de la Gestion de l'UQAM. Paulina Arroyo-Pardo peut être jointe au (514) 987-3000 poste (5544) ou par courriel à l'adresse : arroyo\_pardo.paulina@uqam.ca.

Nous vous demandons l'autorisation d'effectuer une collecte de données dans votre organisme. L'ensemble de la collecte de données se fera grâce à des entrevues, effectuées avec des personnes ressources dans votre entreprise. Malgré les mesures qui ont été prises pour garder anonyme le nom de votre entreprise ainsi que les noms de vos employés, il existe la possibilité qu'ils soient identifiés à partir de la lecture du mémoire compte tenu du nombre réduit d'entreprise et des employés participants.

En approuvant la participation de votre organisation à cette étude, votre organisation s'engage à ne pas utiliser les résultats obtenus par le chercheur en vue d'adopter des mesures de gestion des ressources humaines susceptibles de nuire aux salariés participant à l'étude.

#### Autorisation d'effectuer des entrevues

Dans le cadre du projet de recherche intitulé : enjeux communicationnels des entreprises haïtiennes en matière de responsabilités sociales et environnementales. Je consens à ce que des entrevues de recherche soient conduites dans l'entreprise que je dirige.

(Entreprise) confirme qu'elle ou qu'il détient l'autorité compétente afin d'octroyer cette autorisation.

(Entreprise) confirme que les données des entrevues auxquelles il donne accès à Kenson César, pourront être utilisées à des fins de recherche et permet à l'étudiant de veiller à ce que les résultats issus en partie ou complètement de l'analyse de ces données puissent être utilisées à des fins de publications.

En contrepartie, Kenson César s'engage à garder confidentiel le nom de l'organisme et des participants.

Kenson César ainsi que Paulina Arroyo-Pardo s'engagent à garder confidentielles toutes les informations obtenues dans le cadre de cette recherche. Ils s'engagent à protéger l'anonymat des répondants dans la mesure de ce qui est prévu dans le protocole de recherche soumis / approuvé par le CERPE-1.

Je, (nom de l'employé mandaté), appuie la démarche de ...

Signature :

Nom, prénom :

Titre et adresse complète :

Je, Kenson César, m'engage à respecter ce qui est convenu entre les parties en présence

Signature :

Nom, prénom : Kenson César

Titre et adresse complète : Étudiant-chercheur, 303 Boulevard René-Levesque Est, QC, H2X 3Y3.

## ANNEXE B

## FORMULAIRE D'INFORMATION ET DE CONSENTEMENT

## IDENTIFICATION

Nom du projet : Enjeux communicationnels des entreprises haïtiennes en matière de responsabilités sociales et environnementales

Étudiant-chercheur responsable du projet : Kenson César

Programme d'études : Maitrise Comptabilité, Contrôle, Audit

Adresse courriel : [cesar.kenson@courrier.uqam.ca](mailto:cesar.kenson@courrier.uqam.ca)

Téléphone : 438-990-2836

## BUT GÉNÉRAL DU PROJET ET DIRECTION

Vous êtes invité(e) à prendre part à un projet de recherche visant à comprendre les enjeux de communication des informations sociales et environnementales des entreprises haïtiennes. Ce projet est réalisé dans le cadre d'un mémoire de maîtrise réalisé sous la direction de Paulina Pardo Arroyo, professeure du département

comptabilité de l'École des Sciences de Gestion. Elle peut être joint au (514) 987-3000 poste 5544 ou par courriel à l'adresse : [arroyo\\_pardo.paulina@uqam.ca](mailto:arroyo_pardo.paulina@uqam.ca)

#### PROCÉDURE(S) OU TÂCHES DEMANDÉES AU PARTICIPANT

Votre participation consiste à donner une entrevue individuelle au cours de laquelle il vous sera demandé d'expliquer les implications de votre entreprise en termes de responsabilités sociales et environnementales au sein de la communauté et les moyens qu'elle utilise pour communiquer ces informations aux diverses parties prenantes. Cette entrevue est enregistrée numériquement avec votre permission et prendra environ 60 minutes de votre temps. Le lieu et l'heure de l'entrevue sont à convenir avec le responsable du projet. La transcription sur support informatique qui en suivra comporte un risque très faible de vous identifier.

#### AVANTAGES et RISQUES

Votre participation contribuera à mieux comprendre les enjeux communicationnels des entreprises haïtiennes en matière de responsabilité sociale et environnementale. La présente recherche implique un risque mineur. Celui-ci consiste en un risque d'inconfort dû à la nature des questions posées. Malgré les mesures mises en place pour protéger votre identité, il y a un risque que votre employeur soit informé de votre participation à la recherche. Afin de réduire les risques, vous demeurez libre de ne pas répondre à une question que vous estimez embarrassante ou de vous retirer en tout temps sans avoir à vous justifier. Il est de la responsabilité du chercheur de suspendre ou de mettre fin à l'entrevue s'il estime que votre bien-être est menacé.

#### ANONYMAT ET CONFIDENTIALITÉ

Kenson César ainsi que Paulina Arroyo-Pardo s'engagent à garder confidentielles toutes les informations obtenues dans le cadre de cette recherche.

Ils auront accès à votre enregistrement et au contenu de sa transcription. Le matériel de recherche - enregistrement numérique et transcription codés - ainsi que votre formulaire de consentement seront conservés séparément sous clé par l'étudiant-chercheur responsable du projet pour la durée totale du projet. Les enregistrements pourront être détruits au dépôt final du mémoire. Les formulaires de consentement ainsi que les retranscriptions codées seront détruits 5 ans maximum après le dépôt final du travail de recherche.

#### PARTICIPATION VOLONTAIRE

Votre participation à ce projet est volontaire. Cela signifie que vous acceptez de participer au projet sans aucune contrainte ou pression extérieure, et que par ailleurs vous êtes libre de mettre fin à votre participation en tout temps au cours de cette recherche. Dans ce cas, les renseignements vous concernant seront détruits. Votre accord à participer implique également que vous acceptez que le responsable du projet puisse utiliser aux fins d'un mémoire de maîtrise et d'une publication scientifique, les renseignements recueillis à la condition qu'aucune information permettant de vous identifier ne soit divulguée publiquement à moins d'un consentement explicite de votre part.

#### COMPENSATION FINANCIÈRE

Votre participation à ce projet est offerte gratuitement.

#### DES QUESTIONS SUR LE PROJET OU SUR VOS DROITS?

Vous pouvez contacter l'étudiant-chercheur responsable du projet au numéro 438 990 2836 pour des questions additionnelles sur le projet. Vous pouvez également discuter

avec le directeur de recherche des conditions dans lesquelles se déroule votre participation et de vos droits en tant que participant de recherche.

Le projet auquel vous allez participer a été approuvé par le comité d'éthique de la recherche avec des êtres humains. Pour toute question ne pouvant être adressée au directeur de recherche, ou à l'étudiant responsable, ou pour formuler une plainte ou des commentaires, vous pouvez contacter le Président du comité d'éthique de la recherche pour étudiants (CERPE1), par l'intermédiaire de son secrétariat, au numéro 514-987-3000 poste 7754 ou par courriel à : [cerpel@uqam.ca](mailto:cerpel@uqam.ca)

#### REMERCIEMENTS

Votre collaboration est importante à la réalisation de ce projet et nous tenons à vous en remercier.

#### SIGNATURES

Je reconnais avoir lu le présent formulaire de consentement et consens volontairement à participer à ce projet de recherche. Je reconnais aussi que le responsable du projet a répondu à mes questions de manière satisfaisante et que j'ai disposé suffisamment de temps pour réfléchir à ma décision de participer. Je comprends que ma participation à cette recherche est totalement volontaire et que je peux y mettre fin en tout temps, sans pénalité d'aucune forme ni justification à donner. Il me suffit d'en informer le responsable du projet.

Je donne mon consentement à être enregistré numériquement.

Signature du participant

Date

Nom (lettres moulées) et coordonnées :

Je déclare avoir expliqué le but, la nature, les avantages, les risques du projet et avoir répondu au meilleur de ma connaissance aux questions posées.

Signature de l'étudiant-chercheur responsable du projet

Date

Nom (lettres moulées) et coordonnées :

## ANNEXE C

## CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE

**UQAM** | Comités d'éthique de la recherche  
avec des êtres humains

No. de certificat: 1815  
Certificat émis le: 01-08-2017

## CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE

Le Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPE 1: sciences de la gestion) a examiné le projet de recherche suivant et le juge conforme aux pratiques habituelles ainsi qu'aux normes établies par la *Politique No 54 sur l'éthique de la recherche avec des êtres humains* (Janvier 2016) de l'UQAM.

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Titre du projet:        | Enjeux communicationnels des entreprises Haïtiennes en matière de responsabilités sociales et environnementales |
| Nom de l'étudiant:      | Kenson CÉSAR  |
| Programme d'études:     | Maîtrise en comptabilité, contrôle, audit (profil avec mémoire)   |
| Direction de recherche: | Paulina ARROYO PARDO  |

**Modalités d'application**

Toute modification au protocole de recherche en cours de même que tout événement ou renseignement pouvant affecter l'intégrité de la recherche doivent être communiqués rapidement au comité.

La suspension ou la cessation du protocole, temporaire ou définitive, doit être communiquée au comité dans les meilleurs délais.

**Le présent certificat est valide pour une durée d'un an à partir de la date d'émission.** Au terme de ce délai, un rapport d'avancement de projet doit être soumis au comité, en guise de rapport final si le projet est réalisé en moins d'un an, et en guise de rapport annuel pour le projet se poursuivant sur plus d'une année. Dans ce dernier cas, le rapport annuel permettra au comité de se prononcer sur le renouvellement du certificat d'approbation éthique.



Raoul Graf  
Président du CERPE 1 : École des sciences de la gestion  
Professeur, Département de marketing

## BIBLIOGRAPHIE

- Abbes, N. (2013). *L'entreprise responsable: de la responsabilité sociétale à la communication environnementale*. Éditions L'Harmattan.
- Adams, C. A. (2004). The ethical, social and environmental reporting-performance portrayal gap. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 17(5), 731-757.
- An, Y. F., & Peretti, J. M. (2014). La Communication RSE des entreprises chinoises: essai de comparaison Chine-France. *Communication & management*, 11(2), 93-114.
- Andréani, J. C., et Conchon, F. (2005). Fiabilité et validité des enquêtes qualitatives. Un état de l'art en marketing. *Revue française du marketing*, (201), 5.
- Antheaume, N. (2001). *La diffusion volontaire d'informations environnementales : Le cas de la Cogema*. St. Louis: Federal Reserve Bank of St Louis. Retrieved from.
- Ashforth, B. E., & Gibbs, B. W. (1990). The double-edge of organizational legitimation. *Organization science*, 1(2), 177-194.
- Auvergnon, P. (2005). La responsabilité sociale de l'entreprise entre ombres et lumières. *Quelle responsabilité sociale pour l'entreprise? Approches juridiques*.
- Ayadi, S. D. (2017). Chapitre 7 Le reporting social à l'épreuve des changements politiques: cas de la Tunisie. *Un regard croisé d'experts et chercheurs sur la RSE: D'un contexte global au contexte de pays émergents*, 203.
- Balboni, F., Charles-Soverall, W. and McDonald Levy, B. (2007b), "New perspectives on corporate social responsibility in the Caribbean", *Caribbean Development Review*, 1, pp. 17-36.
- Bansal, P., Roth K. (2000), «Why Companies Go Green: A Model of Ecological Responsiveness». *The Academy of Management Journal*, 43(4), p. 717-736.
- Barbillon, E., et Le Roy, J. (2012). *Petit manuel méthodologique de l'entretien de recherche: de la problématique à l'analyse*. Enrick B.

- Bardin, L. (2013). Chapitre IV. Analyse d'entretiens: vacances et téléphone. *Quadrige*, 93-124.
- Belal, A. R., & Cooper, S. (2007, July). Absence of corporate social reporting (CSR) in Bangladesh: a research note. In 5th APIRA Conference (pp. 8-10).
- Ben Rhouma, A., et Cormier, D. (2007). Déterminants de la communication sociale et environnementale des entreprises françaises. HAL.
- Benouakrim, H., El Kandoussi, F., & El Hassani, A. E. A. (2017). Chapitre 3 La place de la RSE dans l'approche relation client. Un regard croisé d'experts et chercheurs sur la RSE: D'un contexte global au contexte de pays émergents, 99.
- Bentaleb, C., et Baba, A. S. (2017). Chapitre 8 déterminant de la stratégie sociétale des multinationales en Afrique subsaharienne : étude exploratoire d'une entreprise minière au Niger. Un regard croisé d'experts et chercheurs sur la RSE : D'un contexte global au contexte de pays émergents, 233.
- Berger-Douce, S. (2008). Rentabilité et pratiques de RSE en milieu PME premiers résultats d'une étude française. *Management & Avenir*, (1), 9-29.
- Blanchet, A., Gotman, A., et Singly, F. D. (2007). *L'entretien* Paris: A.
- Bodet, C., & Lamarche, T. (2007). La responsabilité sociale des entreprises comme innovation institutionnelle. Une lecture régulationniste. *Revue de la régulation. Capitalisme, institutions, pouvoirs* (1).
- Boidin, B. (2008). Les enjeux de la RSE dans les pays en développement. *Monde en développement. Mondes en développement*, 36(144).
- Boutiba, R., et Ben-Slimane, O. Z. (2017). Chapitre 4 La RSE en Tunisie : Perte de sens suite à la révolution et émergence d'un nouveau contrat social. Un regard croisé d'experts et chercheurs sur la RSE : D'un contexte global au contexte de pays émergents, 125.
- Bordival, M. (2009). Modélisation et optimisation numérique de l'étape de chauffage infrarouge pour la fabrication de bouteilles en PET par injection-soufflage (Doctoral dissertation, École Nationale Supérieure des Mines de Paris).
- Bowrin, A. R. (2013). Corporate social and environmental reporting in the Caribbean. *Social Responsibility Journal*, 9(2), 259-280.

- Brongniart, O., Jacouton, M., (2012). Performance économique responsable. Les Éd. Démos, Paris.
- Brutus, É., & Chalmers, C. (2010). Construire ou reconstruire Haïti? Acteurs, enjeux et représentations. Buteau, Pierre; Saint-Éloi, Rodney; Trouillot Lyonel (eds.) Refonder Haïti, 33-45.
- Bryman, A. & Bell, E. (2007). Business Research Method, 2e Edition, Oxford: Oxford University Press.
- Buteau, P., Saint-Éloi, R., & Trouillot, L. (2010). Refonder Haïti. Montréal, Mémoire d'encrier.
- Capron, M. (2003). « Un nouvel instrument d'auto-évaluation des organisations : le bilan
- Capron, M., et Quairel-Lanoizelée, F. (2004). Mythes et réalités de l'entreprise responsable. La Découverte, Paris.
- Capron, M., et Quairel-Lanoizelée, F. (2007). La responsabilité sociale d'entreprise. La découverte.
- Capron, M., et Quairel-Lanoizelée, F. (2015). L'entreprise dans la société, une question politique. Paris: La Découverte.
- Capron, M., et Quairel-Lanoizelée, F. (2016). La responsabilité sociale d'entreprise. La découverte.
- Caron, M. A., et Gendron, C. (2007). La stratégie de communication des entreprises en matière de développement durable comme co-construction entre experts, ONG et chercheurs-Phase I. Cahier de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable, Montréal, École des sciences de la gestion, UQÀM, (02-2007), 23.
- Caron, M. A., & Turcotte, M. F. (2006). La métaphore de la mesure: étude du potentiel régulateur des pratiques de divulgation en matière de développement durable. Responsabilité sociale: vers une nouvelle communication des entreprises, 155-176.
- Celimène, F., et Vellas, F. (1990). La Caraïbe et la Martinique: faits et décisions économiques. Economica.
- Cellard, A. (1997). L'analyse documentaire. La recherche qualitative : Enjeux épistémologiques et méthodologiques.

- Chaney, D., et Ben Slimane, K. (2014). La grille d'analyse néo-institutionnelle au bénéfice de l'élargissement du marketing à des dimensions institutionnelles. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 29(2), 99-117.
- Charreire, S., et Durieux, F. (2003). *Méthodes de recherche en Management*, chapitre 3.
- Christophe, B. (2012). L'éco blanchiment comptable dans les rapports développement durable : une extension de la comptabilité créative. *Agro-ressources et écosystèmes : Enjeux sociétaux et pratiques managériales*, 2, 157.
- Clarkson, P. M., Li, Y., Richardson, G. D., & Vasvari, F. P. (2008). Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis. *Accounting, organizations and society*, 33(4), 303-327.
- Combessie, J. C. (2007). II. L'entretien semi-directif. *Repères*, 5, 24-32.
- Comeau, Y. (1994). *L'analyse des données qualitatives*.
- Commission de l'Union européenne (2001), Livre vert « Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises », Bruxelles.
- Cormier, D., & Magnan, M. (2003). Environmental reporting management: a continental European perspective. *Journal of Accounting and public Policy*, 22(1), 43-62.
- Cormier, D., & Magnan, M. (2005). Gérard Feltham: l'information comptable vue dans une perspective économique. *Les grands auteurs en comptabilité*, 240-253.
- Cormier, D., Magnan, M., & Van Velthoven, B. (2001). Environmental reporting management: an international perspective. Document de travail- Centre de recherche en gestion.
- Corten, A. (2015). Les ONG face aux catastrophes naturelles: effets sur les modes de raconter la souffrance. *Politique et Sociétés*, 34(3), 3-8.
- Curchod, C., Morales, J., et Talbot, D. (2015). Des organisations sous pression: Quand la légitimité, l'identité et le sensemaking sont menacés. *Revue française de gestion* (248), 11.
- Damak-Ayadi, S. (2006). Analyse des facteurs explicatifs de la publication des rapports sociétaux en France. *Comptabilité-Contrôle-Audit*, 12(2), 93-116.

- Daniel, J. (2015). La mise en discours et en politique du développement durable dans l'espace caraïbe. *Natures Sciences Sociétés*, 23(3), 280-288.
- Davis, K. (1973). The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management journal*, 16(2), 312-322.
- De Bueger-Vander Borgh, C., et Lambert, J. (1994). Des représentations spatiales de concepts: pour quoi faire?
- De Ketele, J. M., et Roegiers, X. (2009). Méthodologie du recueil d'informations : fondements des méthodes d'observation, de questionnaires, d'interviews et d'étude de documents. De Boeck Supérieur.
- Deegan, C. & Gordon, B. (1996), "A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations". *Accounting and Business Research*, 26(3), 187-199.
- Deegan C. (2002), « The legitimasing effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation », *Accounting, auditing & Accountability Journal*, vol. 15, N°3, pp. 282-311.
- Depoers, F. (2000). A cost benefit study of voluntary disclosure: Some empirical evidence from French listed companies. *European Accounting Review*, 9(2), 245-263.
- Deslaurier, C. (2003). La documentation africaine à Bruxelles. *Afrique & histoire*, 1(1), 223-234.
- Di Maggio, P. J., et Powell, W. W. (1997). Le néo-institutionnalisme dans l'analyse des organisations. *Politix*, 10(40), 113-154.
- DiMaggio, P., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Collective rationality and institutional isomorphism in organizational fields. *American sociological review*, 48(2), 147-160.
- Diouani, B., & Khlif, W. (2013). Comportement du dirigeant et décision de divulgation volontaire d'informations: cas du marché tunisien. *Management international/International Management/Gestión Internacional*, 17(4), 34-49.
- Dorais, M. (1993). Diversité et créativité en recherche qualitative. *Service social*, 42(2), 7-27.

- Driessen, P. (2008). *L'impérialisme écologique : Peurs vertes, morts noires : essai*. Éd. Turquant : Cheminements ; Louvain-la-Neuve : Institut Turgot.
- Duong, Q. L., & Robert-Demontrond, P. (2004, October). Intégration de la responsabilité sociale dans la gestion de l'entreprise: enjeux et perspectives. In Colloque CIDEGEF "Filemanagement face à
- Dye, R. A. (1985). Disclosure of non-proprietary information. *Journal of accounting research*, 123-145.
- Eisenhardt, K. M., & Graebner, M. E. (2007). Theory building from cases: Opportunities and challenges. *Academy of management journal*, 50(1), 25-32.
- Fenneteau, H. (2007). *Enquête: entretiens et questionnaires 2e éd. Les topos*. Paris: Éditions Armand Colin.
- Fortin, F.a. (2016). *Fondements et étapes du processus de recherche : méthodes quantitatives et qualitatives. (3e édition. éd.)* : Montréal : Chenelière éducation [20 16], ©20 16.
- Freeman, R. E.: 1984, *Strategic Management: A Stakeholder Approach* (Pitman Publishing Inc., Massachusetts).
- Friedman, M. (1970). 'The social responsibility of business is to increase its profits'. *New York Times Magazine*, 13 September, 32-33, 122, 124, 126.
- Gao, S. S., Heravi, S., & Xiao, J. Z. (2005, June). Determinants of corporate social and environmental reporting in Hong Kong: a research note. In *Accounting Forum* (Vol. 29(2), pp. 233-242). Elsevier.
- Gauthier, B. (2016). *Recherche sociale: de la problématique à la collecte des données*. Puq.
- Giroux, S., et Tremblay, G. (2002). *Méthodologie des sciences humaines: la recherche en action*. Éditions du Renouveau pédagogique.
- Gond, J. P., et Igalens, J. (2008). *La responsabilité sociale de l'entreprise*. Presses universitaires de France.
- Gond, J. P., et Igalens, J. (2014). Prendre la mesure de la responsabilité sociale de l'entreprise. *Que sais-je?*, 4, 60-78.

- Guthrie, J., & Parker, L. D. (1989). Corporate social reporting: a rebuttal of legitimacy theory. *Accounting and business research*, 19(76), 343-352.
- Haslam, P. A. (2004). *The corporate social responsibility system in Latin America and the Caribbean*. Ottawa: FOCAL.
- Hasseldine, J., Salama, A. I., & Toms, J. S. (2005). Quantity versus quality: the impact of environmental disclosures on the reputations of UK Plcs. *The British Accounting Review*, 37(2), 231-248.
- Hoffman, A. J. (1999). Institutional evolution and change: Environmentalism and the US chemical industry. *Academy of management journal*, 42(4), 351-371.
- Hogner, R. H. (1982). Corporate social reporting: eight decades of development at US Steel. *Research in Corporate Performance and Policy*, 4(1), 243-250.
- Igalens, J., Joras, M., et Mancy, F. (2002). *La responsabilité sociale de l'entreprise: comprendre, rédiger le rapport annuel*. Éditions d'Organisation.
- Jacobi, D., Boquillon, M., et Prévost, P. (1994). *Les représentations spatiales de concepts scientifiques : inventaire et diversité*.
- Jean Pasquero, M. B. A. (2017). Chapitre 1 La RSE : exploration d'un champ scientifique foisonnant. Un regard croisé d'experts et chercheurs sur la RSE : D'un contexte global au contexte de pays émergents, 29.
- Jiménez, A. (2013). 21-Une entreprise minière face à ses parties prenantes, un cas colombien. In *Repenser la responsabilité sociale de l'entreprise* (pp. 359-376). Armand Colin.
- Khemakhem, H. (2015). Rôle de la gouvernance corporative dans l'adoption d'une stratégie de divulgation volontaire. *Cahier de recherche*, 01.
- Klarsfeld, A., & Delpuech, C. (2008). La RSE au-delà de l'opposition entre volontarisme et contrainte: l'apport de la théorie de la régulation sociale et de la théorie néo-institutionnelle. *Revue de l'Organisation responsable*, 3(1), 53-64.
- Kuasirikun, N., & Sherer, M., (2004). Corporate social accounting disclosure in Thailand. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 17(4), 629-660.

- Lauritzen, M., & Schröder, A. (2017). Reggae, rum punch and responsibility: A multi-case study about the usage of CSR in Dominican SMEs.
- Lehman, C. (1983). Stalemate in corporate social responsibility research. American accounting association public interest section.
- Li, Y., Richardson, G. D., & Thornton, D. B. (1997). Corporate disclosure of environmental liability information: Theory and evidence. *Contemporary Accounting Research*, 14(3), 435-474.
- Libaert, T. (2004). *Communication : la nouvelle donne*. Village mondial.
- Lindblom, C. K. (1994, April). The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure. In *Critical perspectives on accounting conference*, New York 120.
- Marchand, C., et d'Ivernois, J. F. (2004). Les cartes conceptuelles dans les formations en santé. *Pédagogie médicale*, 5(4), 230-240.
- Mathieu, M., (2017). Informations extrafinancières : nouveau périmètre, nouvelles obligations. *Revue française de comptabilité*, 514, pp.50-53.
- Mayer et al. (2000). *Méthodes de recherche en intervention sociale*. Gaetan morin éditeur, Canada.
- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American journal of sociology*, 83(2), 340-363.
- Noronha, C., Tou, S., Cynthia, M. I., & Guan, J. J. (2013). Corporate social responsibility reporting in China: An overview and comparison with major trends. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20(1), 29-42.
- Paillé, P., et Mucchielli, A. (2008). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin, 315 p. –Coll. Sciences Humaines & Sociales.
- Paillé, P., et Mucchielli, A. (2016). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales-4e éd.* Armand Colin.

- Pantani, D., Peltzer, R., Cremonte, M., Robaina, K., Babor, T., & Pinsky, I. (2017). The marketing potential of corporate social responsibility activities: the case of the alcohol industry in Latin America and the Caribbean. *Addiction*, 112(S1), 74-80.
- Pasquero, J. (2005). La responsabilité sociale de l'entreprise comme objet des sciences de gestion : un regard historique. *Responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise*, 80-111.
- Patten, D. (2002). The relation between environmental performance and environmental disclosure: A research note. *Accounting, Organizations, and Society*, 27, 763-773.
- Patten D.M., (1991), "Exposure legitimacy and social disclosure", *Journal of Accounting and Public Policy*, vol.10, p. 297-308.
- Patton, M.Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. (2nd ed. éd.). Newbury Park, Calif : Newbury Park, Calif. Sage.
- Peinado-Vara, E. (2004). *Corporate Social Responsibility in Latin America and the Caribbean*, Technical Paper. Sustainable Development Department, IABD.
- Peinado-Vara, E. (2006). Corporate social responsibility in Latin America. *Journal of Corporate Citizenship*, 21(3), 61-69.
- Perdomo Terrero, F. (2012). Les forteresses espagnoles de la Caraïbe : défense et cohésion d'un Empire. *La mer caraïbe, espace de migrations*, 25.
- Perroux F. (1973), *Pouvoir et Economie*, Paris, Bordas.
- Poupart, J. (1997). L'entretien de type qualitatif : considérations épistémologiques, théoriques et méthodologiques. *La recherche qualitative : enjeux épistémologiques et méthodologiques*, 173-209.
- Pozas, M. D. C. S., Lindsay, N. M., & du Monceau, M. I. (2015). Corporate social responsibility and extractives industries in Latin America and the Caribbean: Perspectives from the ground. *The Extractive Industries and Society*, 2(1), 93-103.
- Pruvost, J. (2002). *Les dictionnaires de langue française* (Vol. 3622). Presses universitaires de France.

- Quairel, F. (2004). Responsable, mais pas comptable: analyse de la normalisation des rapports environnementaux et sociaux. *Comptabilité-Contrôle-Audit*, 10(1), 7-36.
- Quairel-Lanoizelée, F. (2012). Chapitre 1. Le concept de responsabilité sociétale d'entreprise est-il pertinent pour les PME ? In *RSE et développement durable en PME* (pp. 17-37). De Boeck Supérieur.
- Rahman Belal, A., & Momin, M. (2009). Corporate social reporting (CSR) in emerging economies: A review and future direction. In *Accounting in Emerging Economies* (pp. 119-143). Emerald Group Publishing Limited.
- Rhouma, A. B. (2008, May). La Divulgence environnementale des Grandes Entreprises Françaises: Étude des Déterminants. In *LA COMPTABILITÉ, LE CONTRÔLE ET L'AUDIT ENTRE CHANGEMENT ET STABILITÉ* (pp. CD-Rom).
- Rivière-Giordano, G. (2007). Comment crédibiliser le reporting sociétal ? *Comptabilité-Contrôle-Audit*, 13(2), 127-147.
- Romelaer, P. (2005). Chapitre 4. L'entretien de recherche. *Méthodes & Recherches*, 101-137.
- Ron, S., & Surendra, A. (2010). Corporate social responsibility in Caribbean community: Lessons from Trinidad and Tobago. *Advances In Management* Vol, 3, 12.
- Savoie-Zajc, L. (2016). Chapitre 13 l'entrevue-semi-dirigée. *Recherche sociale : De la problématique à la collecte des données*, 337.
- Schmidheiny, S. (2006). A view of corporate citizenship in Latin America. *Journal of Corporate Citizenship*, 21(1), 21-24.
- Scott, W. R. (1995). Introduction: institutional theory and organizations. *The institutional construction of organizations*, 11-23.
- Séraphin, H., et Paul, B. (2015). La responsabilité sociale des entreprises (RSE) dans le secteur touristique: un compromis entre tourisme de masse et tourisme alternatif. *Le cas d'Haïti. Études caribéennes* (31-32).

- Seraphin, H., Gowreesunkar, V.G., & Bacari, C. (2017). International hotel chains: A two tier CSR system. The case of the hospitality sector in the metropolitan area of Port-au-Prince (Haiti). Nova Science Publisher.
- Shah, K. U., Arjoon, S., & Rambocas, M. (2016). Aligning corporate social responsibility with green economy development pathways in developing countries. *Sustainable Development*, 24(4), 237-253.
- Shah, K. U., & Hinostroza, M. (2008). Promoting corporate social responsibility in small and medium enterprises in the Caribbean: methodology report.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of management review*, 20(3), 571-610.
- Swaen, V., et Vanhamme, J. (2006). Utilisation de l'argument citoyen dans les campagnes de communication des entreprises: analyse des risques dans la perspective d'une crise. de la Broise, P. et Lamarche, T., *Responsabilité sociale: vers une nouvelle communication des entreprises*, 75-98.
- Teoh, H. Y., & Thong, G. (1984). Another look at corporate social responsibility and reporting: an empirical study in a developing country. *Accounting, Organizations and Society*, 9(2), 189-206.
- Trabelsi, S. (2005). L'information financière incrémentale publiée sur les sites Web des sociétés canadiennes. *École des hautes études commerciales*.
- Tremblay, D., & Cormier, D. (1993). La dimension environnementale: une composante essentielle des rapports annuels des entreprises. Département des sciences comptables, Pavillon des sciences de la gestion, Université du Québec à Montréal.
- Turcotte, D. (2000). Le processus de la recherche sociale. *Méthodes de recherche en intervention sociale*, 39-68.
- Turcotte, M. F., Langelier, L., Hanquez, M., ALLARD, M., Desrochers, T., & Tirilly, M. (2011). Comprendre la responsabilité sociétale de l'entreprise et agir sur les bases de la norme ISO 26000. *Points de Repre*, 18.
- Verrecchia, R. E. (1983). Discretionary disclosure. *Journal of accounting and economics*, 5, 179-194.

- Warren, C.A.B. et Karner, T.X. (2010). *Discovering qualitative methods: field research, interviews, and analysis*. (2de éd.). New York: New York: Oxford University Press.
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1990). Positive accounting theory: a ten-year perspective. *Accounting review*, 131-156.
- Wirth, H., Kulczycka, J., Hausner, J. and Koński, M. (2016). Corporate Social Responsibility: Communication about social and environmental disclosure by large and small copper mining companies. *Ressources Policy*, 49, 53-60.
- Zramdini, O., Khlif, W., et Pigé, B. (2017). Chapitre 6 étendu et déterminant de la communication environnementale des entreprises cotées au Maghreb: une analyse comparative de la Tunisie et du Maroc. Un regard croisé d'experts et chercheurs sur la RSE: D'un contexte global au contexte de pays émergents, 175.