

Accepter ou refuser? À l'heure du choix, les entrepreneurs américains semblent massivement prêts à épouser la responsabilité sociale des entreprises. Levons le voile sur leurs perceptions et motivations.

par Ailin Huang, avec la collaboration de Franck Andriamandresy et Abdelaziz Chtourou

« *Responsabilité sociale cherche PME intéressée par relation durable. Imposteurs s'abstenir.* » Aux États-Unis, croyez-le ou non, une hypothétique annonce comme celle qui précède trouverait une variété d'intéressés.

Après enquête effectuée auprès de 482 entrepreneurs américains, Robin T. Peterson et Minjoon Jun, professeurs à l'université américaine New Mexico State University, précisent le profil des entrepreneurs susceptibles de se laisser interpeller par la responsabilité sociale.

Raison de grande entreprise, passion de PME

« Voulez-vous épouser la RSE ? » Si cette question est posée aux représentants d'une grande entreprise, la réponse sera probablement « oui ». La grande entreprise possède en effet les ressources nécessaires pour identifier et prioriser ses parties prenantes, de même que pour définir un plan formel de responsabilité sociale.

En comparaison, les PME, elles, luttent chaque jour pour leur survie.

Dans ce contexte, il peut sembler surprenant de constater que les entrepreneurs accueillent la RSE avec un oui collectif.

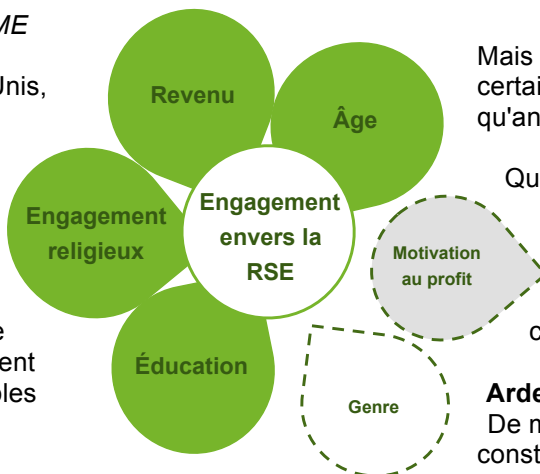
Malgré leurs préoccupations à court terme, l'intention d'engagement manifestée par les entrepreneurs consultés semble comparable à celle de la grande entreprise. Même sous pression, les entrepreneurs restent socialement responsables.

Quelques causes de l'absence d'investissement social par les PME

- Ressources limitées
- Financement restreint
- Impact social limité
- Gestion au jour le jour
- Opportunisme
- Lutte pour la survie

Un penchant pour l'engagement

Bien sûr, dans le contexte de l'enquête, l'enthousiasme des entrepreneurs est peut-être factice. Après tout, il est plus facile de faire la cour que de s'engager vraiment...



Mais les chercheurs accordent une crédibilité certaine à l'engagement conditionnel qu'annoncent les entrepreneurs contactés.

Quoi qu'il en soit, leur réponse affirmative révèle leur attitude positive à l'égard de la responsabilité sociale. Cela signifie que l'engagement social des entrepreneurs se concrétisera à la mesure de la croissance de leurs moyens.

Ardeur partagée

De manière générale, les entrepreneurs constituent un groupe hétérogène. Ils diffèrent en terme de valeurs et d'attitudes. Au sein de leurs entreprises, les stratégies et tactiques diffèrent, les normes d'excellence et les objectifs varient.

Or, la responsabilité sociale semble trouver preneur dans une variété de secteurs industriels et d'entreprises.

Qui plus est, tous les entrepreneurs consultés semblent partager les mêmes intérêts quand il s'agit de définir la responsabilité sociale qu'ils souhaitent embrasser.

Cette constatation remet en question l'idée qu'il n'est pas possible de trouver des traits communs pour regrouper les PME autour d'objectifs partagés. En soi, ce consensus intrigant ouvre donc la porte à la mise en place d'actions collectives.

Les prétendants se bousculent : de préférence d'âge mûr, riches, éduqués et croyants

Peterson et Jun constatent aussi que l'âge, le revenu, le niveau d'éducation et la pratique religieuse des entrepreneurs constituent autant de caractéristiques qui définissent l'intérêt pour l'engagement social.

Attendez-vous à une forte adhésion à la responsabilité sociale de la part d'un entrepreneur d'âge mûr, très éduqué, aux revenus élevés, et animé d'un fort engagement religieux.

Que cette personne soit homme ou femme n'y change rien.

L'expérience aide l'entrepreneur à élargir ses actions au

Exemples d'impact positif de l'engagement social sur l'entreprise

- Amélioration de la réputation
- Image de marque définie
- Fidélisation de la clientèle
- Attraction d'une nouvelle clientèle
- Performance financière accrue
- Meilleure profitabilité
- Réduction de certains coûts
- Meilleure ambiance de travail pour une productivité augmentée
- Attraction des meilleurs employés

delà des limites de son organisation. Plus d'éducation facilite l'appréhension de la complexité sociale. Quant à l'abondance financière, elle rend la générosité plus facile.

L'incidence de la dimension

religieuse découle probablement des valeurs que prônent plusieurs grandes religions en terme de compassion et d'ouverture à l'autre.

À l'inverse, les personnes les plus motivées par le profit auront moins tendance à s'intéresser à la RSE. Les coureurs de fortune s'abstiennent donc...

C'est le moment du grand saut

Et vous, entrepreneur, que déciderez-vous ? Vous le constatez, la responsabilité sociale n'est pas seulement le fait des grandes entreprises. Êtes-vous prêt à vous engager ?

Pratiques clés

@vigiepm #ddpme

Peu importe le champ d'activité, les entrepreneurs intéressés par la RSE partagent des caractéristiques communes.

Pour en savoir plus

Robin T. Peterson et Minjoon Jun (2009). **Perceptions on Social Responsibility : The Entrepreneurial Vision**. *Business Society*, 48: 385. Publié en ligne le 18 septembre 2007. DOI: 10.1177/0007650307305758 <http://bas.sagepub.com/content/48/3/385>.

o Université d'état du Nouveau-Mexique : <http://www.nmsu.edu>

À propos des auteurs

Sous licence Creative Commons



Ailin Huang, est étudiante au programme de MBA de l'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR), tout comme ses collègues **Franck Andriamandresy** et **Abdelaziz Chtourou**.

redaction@vigiepm.org

Une initiative du Laboratoire de recherche sur le développement durable en contexte de PME – **Institut de recherche sur les PME de l'UQTR**.
Direction : François Labelle - Francois.Labelle@uqtr.ca – **Rédaction en chef et coaching** : Anne-Marie Pichette