

« Energie, environnement et mutations sociales »

Proposition de communication

(A remplir obligatoirement et complètement pour pouvoir entrer dans le processus de sélection)

1°) Présentation du (ou des) communicant(s)

Claire Gillet-Monjarret
Maître de Conférences
Université de Montpellier
Montpellier Recherche en Management (MRM)
MRM - Place Eugène Bataillon - 34095 Montpellier
claire.monjarret@umontpellier.fr
(Non membre du RIODD)

Anne-Laurence Lafont
Maître de Conférences
Université de Montpellier
Montpellier Recherche en Management (MRM)
MRM - Place Eugène Bataillon - 34095 Montpellier
anne-laurence.lafont@umontpellier.fr
(Non membre du RIODD)

2°) Titre précis de la communication (français et anglais):

**RESPONSABILITE SOCIETALE DES ENTREPRISES ET ENREPRISES
FAMILIALES : UNE ANALYSE DISCURSIVE DES RAPPORTS RSE**

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND FAMILY BUSINESS: A
DISCURSIVE ANALYSIS OF CSR REPORTS**

**3°) Résumé en français et en anglais (10 lignes max¹.) et cinq mots-clés
(en français et en anglais)**

**RESPONSABILITE SOCIETALE DES ENTREPRISES ET ENREPRISES
FAMILIALES : UNE ANALYSE DISCURSIVE DES RAPPORTS RSE**

Résumé :

Selon le FFI (*Family Firm Institute*, 2015), les entreprises familiales représentent les deux tiers du nombre total des entreprises au niveau mondial et génèrent chaque année plus de 70% du PIB mondial. Elles occupent donc une place prépondérante dans l'activité économique des pays (Fletcher, 2002 ; Griffeth et al., 2006). Face à la prise de conscience du poids des entreprises familiales un champ de recherche dans les grandes conférences internationales et dans les meilleures revues de gestion est apparu (Wright et Kellermanns, 2011). Parmi les thèmes abordés par ces recherches, celles consacrées à l'éthique et la responsabilité sociale sont de plus en plus importantes depuis les années 2000 (Debicki, Matherne, Kellermanns et Chrisman, 2011 in Coville, 2014) et se focalisent notamment autour du lien entre l'éthique- ou la RSE- et l'entreprise familiale. Alors que le débat sur le lien entre RSE et entreprise familiale n'est pas tranché (Coville, 2014) la littérature s'accorde davantage sur le fait que les entreprises familiales comportent des spécificités liées à la nature des liens familiaux et aux valeurs véhiculées (confiance, cohésion...), à leurs objectifs de pérennité, à leur ancrage local ... Ces valeurs se retrouvent-elles dans les discours des dirigeants des entreprises familiales ? Existe-t-il des formes caractéristiques du discours managérial des entreprises familiales en matière de RSE ? Ce discours est-il différent des entreprises non familiales. Ce discours a-t-il évolué dans le temps sous l'effet d'une certaine « normalisation (-institutionnalisation) » de la RSE ?

Mots clés : Entreprises familiales - Responsabilité Sociétale des Entreprises - Rapport RSE - Analyse discursive.

Abstract:

According to FFI (*Family Firm Institute*, 2015), family businesses account for two thirds of the total number of companies globally each year and generate more than 70% of global GDP. They therefore play an increasing role in the economic activity of the country (Fletcher, 2002; Griffeth and al., 2006). Given the awareness of the weight of family businesses, a research field appeared in major international conferences and in the best management journals (Wright and Kellermanns, 2011). Among the topics addressed by this research, those devoted to ethics and social responsibility have been increasingly important since the 2000s (Debicki, Matherne, Kellermanns and Chrisman, 2011 in Coville) and have especially focused around the link between 'ethics or CSR- and family business. While the debate on the link between CSR and family business is unresolved (Coville, 2014) literature is more consistent on the fact that family businesses have the specificities resulting from the nature of family ties and values conveyed (trust, cohesion ...), their sustainability objectives and their local roots ... Are these values reflected in the speeches of the leaders of family businesses? Are there characteristic forms of managerial discourse of family businesses in CSR? Is this speech different from that of non-family businesses? Has the speech evolved over time under the effect of a certain "normalization (-institutionnalisation)" of CSR?

Keywords: Family Business - Corporate Social Responsibility - CSR Report – discursive analysis.

¹ Police 12 interligne simple

4°) Plan détaillé de la communication (1 page maximum)

Plan :

La recherche s'articule autour de trois sections. Tout d'abord, la section 1 présente une revue de la littérature relative aux entreprises familiales et à la RSE. Ensuite, la section 2 développe la méthodologie qui a été adoptée à partir de l'analyse du discours des entreprises familiales et non familiales composant l'échantillon. Enfin, la section 3 présente les résultats de l'étude et la discussion.

1. ENTREPRISES FAMILIALES ET RSE

Après avoir exposé le contexte particulier des entreprises familiales (1.1), nous présenterons le concept de responsabilité sociétale et de reporting sociétal ainsi que les diverses réglementations et normalisations qui lui sont associées (1.2).

1.1 Contexte particulier des entreprises familiales

1.1.1 Définition

1.1.2 Spécificités ou non des entreprises familiales et RSE

1.2 Responsabilité sociétale des entreprises et reporting sociétal

1.2.1 Définition

1.2.2 Les pratiques et supports du reporting sociétal

1.2.3 Réglementation et normalisation en matière de reporting sociétal

2. METHODOLOGIE ET RESULTATS

Après avoir présenté l'échantillon et la méthodologie employée (2.1), les résultats de l'étude menée à partir du logiciel Sphinx iQ2 sont exposés (2.2) puis une discussion permettra de mettre en lumière des pistes de recherches futures (2.3).

2.1 Analyse des rapports RSE

2.1.1 Echantillon

2.2.1 Méthodologie d'analyse

2.2 Résultats de l'étude

2.3 Discussion

5°) Synthèse rédigée en français de la communication présentant précisément (en trois pages maximum) :

- **quelle est la question de départ posée ?**
- **quelle idée-force ou quelle thèse est défendue ?**
- **quelle problématique est mobilisée (et les éléments théoriques ou conceptuels sur lesquels elle s'appuie) ?**
- **quel état de l'art est supposé ?**
- **quelle méthodologie est suivie (dans le cas d'une communication s'appuyant sur une enquête) ?**

Synthèse de la communication :

Les entreprises familiales (EF) occupent une place très importante dans l'univers économique français et étranger. Selon une étude réalisée par FBN International (Family Business Network) et la Commission Européenne, en 2008, plus de 80% des entreprises françaises et 60% des entreprises européennes sont des entreprises qualifiées de familiales. De plus, elles occupent une place croissante dans l'activité économique des pays (Fletcher, 2002 ; Griffith et al., 2006). Face à la prise de conscience du poids des EF un champ de recherche dans les grandes conférences internationales et dans les meilleures revues de gestion est apparu (Wright et Kellermanns, 2011). Parmi les thèmes abordés par ces recherches, celles consacrées à l'éthique et la responsabilité sociale sont de plus en plus importantes depuis les années 2000 (Debicki, Matherne, Kellermanns et Chrisman, 2011 in Coville) et se focalisent notamment autour du lien entre l'éthique- ou de la RSE- et l'entreprise familiale.

Coville (2014) souligne qu'intuitivement, l'EF, du fait de l'accent mis souvent sur les valeurs familiales, pourrait être plus éthique que l'ENF. L'attention portée aux relations humaines et l'importance des relations de long terme devraient conduire l'EF à adopter un « comportement éthique » (Aronoff et Ward, 1995). Pourtant, à l'opposé, les exemples d'entreprises familiales ayant adopté un comportement condamnable sur le plan éthique sont nombreux (Parmalat, Wal-Mart, Servier).

Afin d'alimenter le débat, Coville (2014) réalise une méta analyse à partir de 52 articles sur ce sujet et montre que d'un point de vue empirique il semble impossible de trancher clairement sur le lien entre l'entreprise familiale et l'éthique (et ou RSE) et conclue en faveur d'une contingence de ce lien. La spécificité des entreprises familiales que ce soit en termes de capital social familial, de confiance, d'horizon à long terme ne semble pas constituer pour autant une garantie de comportement socialement responsable. Les résultats semblent montrer qu'une même cause peut produire deux comportements opposés ; si l'on envisage, par exemple la volonté spécifique de pérenniser l'entreprise familiale, cela peut conduire le dirigeant selon les circonstances à un comportement responsable ou à un comportement irresponsable (privilégier l'entreprise au détriment de certaines parties prenantes).

Alors que le débat sur le lien entre RSE et entreprise familiale n'est pas tranché la littérature s'accorde davantage sur le fait que les EF comportent des spécificités liées à la nature de liens familiaux et aux valeurs véhiculées (confiance, cohésion...), à leurs objectifs de pérennité, à leur ancrage local ...ces valeurs se retrouvent-elles dans les discours des dirigeants des entreprises familiales ?

La notion de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE) est apparue au cours du 20^{ème} siècle. Les entreprises se sont peu à peu intéressées aux notions de RSE, qui se sont introduites au fil des années dans leurs préoccupations. Les chercheurs se sont également mis à étudier cette thématique émergente. Pour Carroll (1979 p.500) « la responsabilité sociétale de l'entreprise comprend les attentes économiques, légales, éthiques et discrétionnaires que la société a des organisations à un moment donné ». Avec ce concept de RSE, le champ des responsabilités des

entreprises s'est élargi et les dimensions sociétales de leur activité ont été peu à peu prises en compte. Cela a notamment eu pour conséquence d'inciter les entreprises à rendre compte de ces nouvelles responsabilités à travers la diffusion d'informations sociétales. Ainsi, en France, en plus de publier des informations sociétales à caractère obligatoire dans le rapport annuel (loi sur les Nouvelles Régulations Economiques NRE du 15 mai 2001 et loi Grenelle 2 du 12 juillet 2010), certaines entreprises publient également de façon volontaire un rapport RSE consacré à ce type d'informations. Pesqueux (2002) définit ces rapports RSE comme étant « *des rapports d'activité sur l'impact écologique et social des éléments de la politique de responsabilité sociale* » (p.66). Les entreprises françaises utilisent donc des supports de communications tels que ces rapports afin de véhiculer leur politique en matière sociétale. C'est pourquoi la présente recherche se focalise sur ce type de discours.

L'objectif de la présente recherche est donc d'analyser, dans le contexte particulier des entreprises familiales, les différents types de discours en matière de RSE. Comment ces entreprises évoquent-elles la thématique de la RSE dans leur rapport ? Existe-t-il formes caractéristiques du discours managérial des entreprises familiales en matière de RSE ? Ce discours est-il différent des entreprises non familiales. Ce discours a-t-il évolué dans le temps sous l'effet d'une certaine « normalisation (-institutionnalisation) » de la RSE ? Ainsi, l'objectif de cet article est de décrire et de comprendre la place des discours managériaux dans le processus de diffusion d'informations sociétales à travers les rapports RSE. Pour ce faire, une analyse longitudinale et une analyse textuelle a été menée auprès d'un échantillon d'entreprises françaises.

Pour analyser le discours des entreprises en matière de RSE, nous avons mené une étude des rapports RSE d'entreprises françaises qui publient ces informations sur plusieurs années. Il s'agit d'étudier le discours des entreprises et son évolution à travers un support de communication privilégié en matière de RSE : les rapports RSE. Pour ce faire une analyse de contenu de contenu a été effectuée à partir d'une analyse lexicale et thématique. Pour effectuer l'analyse, le logiciel Sphinx iQ2 a été utilisé.

**6- Bibliographie (entre 10 et 15 références fondamentales pour la communication)
présentée suivant les normes académiques de la Revue de l'Organisation Responsable**

Allouche, J. & Amann, B. 2000. L'entreprise familiale : un état de l'art. *Finance Contrôle Stratégie*, 3(1): 33-79.

Birley, S. 1997. *The family and the business*, London: Grant Thornton.

Carroll, A.B. 1979. A three dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, 4 (4): 497-505.

Chua, J.H., Chrisman, J., & Sharma, P. 1999. Defining the family business by behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23 (4): 19-39.

Coville, T. 2014. L'entreprise familiale est-elle éthique ?. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 13 (3): 73-97.

Fletcher, D. 2002. Introduction and family discourses. *Understanding the small family business*, sous le dir. de David J.Storey, p.1-16. London, NewYork, Routledge.

Griffeth, R.W., Allen, D.G. & Barrett, R. 2006. Integration of family-owned business succession with turnover and life cycle models: Development of a successor retention process model. *Human Resource Management Review*, 16(4): 490-507.

Handler, W.C. 1989. Methodological Issues and Considerations in Studying Family Businesses. *Family Business Review*, 2: 257-276.

Litz, R.A. 1995. The family business: Toward definitional clarity. *Family Business Review*, 8 (2): 71-81.

Lyman, A.R. 1991. Customer Service: Does Family Ownership Make a Difference? *Family Business Review*, 4(3): 303-323.

Malocchi, A., Mayrhofer, U., Secchi, D. & Urban, S. 2005. Corporate Governance and Social Responsibility in Europe: An Analysis of French and Italian SMEs. *The European Union Review*, 10(2): 71-95.

Poulain-Rehm, T. 2006. Qu'est-ce qu'une entreprise familiale ?. Réflexions théoriques et prescriptions empiriques. *La Revue des Sciences de Gestion*, 3 (219): 77-88.

Westhead, P., & Cowling, M. 1998. Family Firm Researchs: the Need for a ethodological Rethink. *Entrepreneurship, Theory & Practice*, Fall: 31-56.