

Université d'État d'Haïti



**Institut National d'Administration de Gestion et Hautes études  
Internationales (INAGHEI)**

**Sujet** : Irresponsabilité sociétale des entreprises Haïtiennes : Cas des entreprises de production  
de boissons.

**Mémoire de recherche préparé par :**  
**Cliff LOUIS**

**En vue de l'obtention du grade de licencié en Sciences Administratives**

**Option : Administration Publique**

**JUILLET 2019**

---

*Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes*

## **Contents**

LISTE DES TABLEAUX .....	vi
REMERCIEMENTS .....	vii
RESUME.....	1
<b>1-INTRODUCTION</b> .....	<b>2</b>
1.1 PROBLEMATIQUE DE LA RECHERCHE .....	3
1.2 JUSTIFICATION ET IMPORTANCE DE CETTE ETUDE.....	5
1.3 QUESTIONS DE RECHERCHE .....	6
1.4 OBJECTIF GENERAL .....	7
1.5 OBJECTIFS SPECIFIQUES .....	7
1.6 CADRE CONCEPTUEL.....	7
1.6.1 RESPONSABILITE SOCIETALE D'ENTREPRISES.....	7
1.6.2 IRRESPONSABILITE SOCIETALE D'ENTREPRISES.....	8
<b>CHAPITRE 2 : REVUE DE LITTERATURE</b> .....	<b>9</b>
2.1- SURVOL HISTORIQUE SUR LA RSE.....	9
2.2-THEORIES DES ACTIONNAIRES ET DES PARTIES PRENANTES .....	11
2.3: RSE DEFINITIONS ET SES DIMENSIONS .....	12
2.4 CRITIQUE RSE.....	14
2.4.1 PRESENTATION DES ENTREPRISES .....	15
2.5 RSE ET POUVOIR DES PARTIES PRENANTES .....	16
2.5.1 POUVOIR DE VOTE .....	17
2.5.2 PUISSANCE ECONOMIQUE.....	17
2.5.3 POUVOIR POLITIQUE.....	17
2.5.4 POUVOIR JURIDIQUE.....	18
2.6 RSE ET PRESSION DES PARTIES PRENANTES .....	18
2.7 CONTRASTE ENTRE IRSE ET RSE .....	19
2.7.1 DEFINITIONS ET EXEMPLES IRSE.....	20
2.7.2 AVANTAGES RSE ET DESAVANTAGES IRSE.....	22

2.7.3 IRSE ET STRATEGIE D'ENTREPRISE .....	23
2.8 CONTEXTE DE L'ETUDE .....	24
CHAPITRE III /METHODOLOGIE DE RECHERCHE.....	27
3.1 METHODE EXPLORATOIRE.....	27
3.2 COLLECTIONS DE DONNEES .....	27
<b>CHAPITRE 4 RESULTATS ET DISCUSSIONS.....</b>	<b>30</b>
4.1 ANALYSE DESCRIPTIVE RESULTATS ENQUÊTE.....	30
4.2 ANALYSE ANOVA.....	35
4.2.1 INDEPENDENT SIMPLES T TEST .....	35
4.2.2 ONE- WAY ANOVA.....	37
4.3 DISCUSSION.....	44
4.4-CONCLUSION.....	47
4.5-RECOMMANDATIONS.....	48
4.6 LIMITES ET SUGGESTIONS POUR DES FUTURS RECHERCHES.....	50
BIBLIOGRAPHIE .....	51
ANNEXES 1 QUESTIONNAIRE.....	1

**1-Libellé complet du sujet de mémoire de Licence : Irresponsabilité sociétale des entreprises Haïtiennes : Cas des entreprises de production de boissons.**

## Liste des Tableaux

Tableau 1 Évolution du concept de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) .....	10
Tableau 2: répartition des enquêtés selon le Groupe d'Age sur L'IRSE en Haïti .....	30
Tableau 3: répartition des enquêtés selon leurs sexe sur L'IRSE en Haïti.....	31
Tableau 4: répartition des enquêtés selon leur niveau d'étude .....	32
Tableau 5: répartition des enquêtés selon leur secteurs d'activités .....	33
Tableau 6: Responsabilité Sociétales des entreprises de production de boisson énergisantes en fonction des trois groupent de variables.....	34
Tableau 7: RSE Totale .....	34
Tableau 8: Comparaison des Moyenne de Genre (Mâle et Femelle).....	36
Tableau 9: Test de l'égalité des variances et des moyennes .....	36
Tableau 10 : Statistique descriptive des moyennes des différents groupes d'Agés sur la RSE en Haïti.....	37
Tableau 11: test d'égalité de Variances des notes entre les différents groupes d'âges.....	38
Tableau 12 : test d'égalité des moyennes entre les différents groupes d'âges .....	38
Tableau 13: Statistique descriptive des moyennes des différents niveaux d'éducatons sur la RSE en Haïti .....	39
Tableau 14 : test d'égalité de Variances des notes entre les différents groupes d'âges.....	40
Tableau 15 : test d'égalité des moyennes entre les différents niveaux d'éducatons.....	40
Tableau 16: Différence significative de Turkey (tableau 16 suite).....	41
Tableau 17: Statistique descriptive des moyennes des différents secteurs d'activité sur la RSE en Haïti.....	42

## **REMERCIEMENTS**

Mes remerciements vont tout d'abord à Dieu qui m'a toujours soutenue au cours de ses longues années d'études

A mon directeur de thèse Dr Eddy LABOSSIÈRE

Au Professeur Claudel MOMBEUIL, pour son accompagnement sans faille.

Au Directeur Académique, Mr Daniel ELINET

A la promotion 2013-2017 de l'UEH/ INAGHEI

A ma famille pour leur support, leur confiance placée en moi et leur amour incommensurable pour moi.

## **RESUME**

Dans ce travail nous avons exploré l'irresponsabilité sociétale des entreprises Haïtiennes, principalement celles évoluant dans la production de boissons. Dans l'introduction générale nous avons vu que la dégradation et la pollution de l'environnement sont des conséquences liées aussi à l'irresponsabilité sociétale d'entreprises et qui constitue un grand risque pour la société. Ensuite, dans la revue littérature on a vu que L'IRSE est l'antithèse de la RSE. De ce fait, à partir d'un contraste entre les deux notions on a vu qu'une entreprise avec une politique en RSE gagne en image tandis qu'une entreprise irresponsable perd en image. De plus, de même que la RSE, nous avons vu que L'IRSE peut être utilisée comme stratégies d'entreprises et que les parties prenantes peuvent se grouper ou se mettre en association afin de faire pression sur les entreprises irresponsables. Puis, en dernier lieu, la théorie des actionnaires et la théorie des parties prenantes ont été explorés. Pour répondre aux objectifs de notre travail, nous avons exploré les campagnes publicitaires des producteurs de boissons en Haïti ainsi que leurs réclamations de responsabilité sociétale et environnementale. À cette approche, nous avons développé un questionnaire quantitatif. Les données ont été collectées auprès des parties prenantes des entreprises dans la zone métropolitaine de Port-au-Prince. Au total 500 questionnaires ont été distribués aux différentes parties prenantes des entreprises, et 384 de ces questionnaires nous ont été retournés. Une échelle de Likert à 5 points a été utilisée afin d'analyser les résultats des trois groupes de variables qui sont : RSE liée au soutien la communauté, RSE liée au respect des consommateurs, RSE liée au respect de l'environnement. Selon l'analyse des résultats, les entreprises productrices de boissons en Haïti sont *irresponsables* avec une moyenne Totale de 2.29 sur 5, analysé sur l'échelle de Likert. De plus, l'analyse des moyennes nous a permis de voir que l'irresponsabilité de ces entreprises n'est pas vue de la même façon par les différents groupes et ensuite de comprendre que l'irresponsabilité sociétale des entreprises productrices de boissons est dû à la faiblesse de L'Etat, des Parties Prenantes et au niveau des entreprises elles-mêmes. Partant de ces résultats, nous avons suggéré premièrement que les parties prenantes externes prennent leurs responsabilités et fassent pression sur ces entreprises irresponsables.

**Mots Clés :** Responsabilité sociétale entreprise (RSE) et Irresponsabilité sociétale entreprise (IRSE)



## **CHAPITRE 1 : INTRODUCTION GENERALE**

### **1-INTRODUCTION**

L'irresponsabilité sociale d'entreprises est devenue, ces derniers temps, l'une des grandes préoccupations de nos sociétés et suscite un intérêt soutenu de la part des théoriciens, des chercheurs et des managers. Mise à part de la création de richesse, les entreprises ont également la responsabilité d'éviter le mal afin de prévenir l'irresponsabilité sociétale des entreprises (IRSE), telle que : tromper les Clients, Violent les Droits Humains, des Droits ou endommager l'environnement. De plus, faire du profit ne doit pas rendre une entreprise irresponsable pour autant. L'entreprise fait partie de la société elle a donc des responsabilités qui sont un gage pour le développement d'un pays (Dieudonné Joachim, 2017).

Nombreuses entreprises adoptent un comportement irresponsable comme stratégie de réduction des coûts d'exploitation (Riera & Iborra 2017), tout en se présentant de façons trompeuses aux parties prenantes comme des entreprises responsables avec des actions qu'on pourrait qualifier d'initiation à la RSE. En outre, nombreuses entreprises ont utilisées la RSE comme stratégie pour compenser leurs irresponsabilités sociétales (Kotchen et Moon, 2012). En agissant de manière irresponsable, les entreprises risquent de nuire à leur réputation et à leur viabilité financière en réduisant leurs ventes (Lee et Martin, 2008 ; Sullivan, Haunschild et Page, 2007) et peut aussi subir du boycottage (Maignan et Ferrell, 2004).

Malgré l'importance accordée à la responsabilité sociétale d'entreprises dans les pays développés, malheureusement, cette notion semble n'est encore comprise par les entreprises Haïtiennes, de par leurs façons de fonctionner vis-à-vis de l'environnement, la communauté et la Société etc... De ce fait, dans le cadre de ce travail de recherche nous allons « Explorer l'irresponsabilité sociétale des entreprises de production de boissons ; comprendre/expliciter l'irresponsabilité sociétale de ces entreprises due : à la faiblesse de l'ETAT, des parties prenantes et au niveau des entreprises elles-mêmes ». Notre travail de recherche est charpenté en quatre chapitres :

Le premier chapitre sera consacré à l'introduction générale dans laquelle sera présenté la problématique de recherche ainsi que l'objectif et les raisons qui nous ont poussés à travailler sur ce sujet. Ensuite, le deuxième chapitre sera consacré à la revue littérature : L'IRSE étant L'antithèse de la RSE, nous commencerons par faire un survol sur la responsabilité sociétale des entreprises, présenter les différentes théories utilisées ensuite nous enchaînons avec un contraste entre L'IRSE et RSE enfin, nous ferons ressortir le contexte de l'étude dans lequel sera relaté un ensemble de comportement irresponsable des entreprises Haïtiennes. Puis le troisième chapitre sera consacré à la Méthodologie utilisée dans le travail. Enfin, le quatrième chapitre sera consacré d'abord aux résultats et à la discussion puis nous ferons ressortir le niveau de significativité entre les différentes variables et en dernier lieu nous ferons la Conclusion du travail ainsi que les recommandations.

## **1.1 PROBLEMATIQUE DE LA RECHERCHE**

"La responsabilité sociétale des entreprises (RSE) est devenue un sujet d'importance capitale dans la gestion des organisations - tant pour les praticiens que pour les théoriciens (Quynh Lien, 2005, p. 2)." A cause des effets environnementaux et sociaux significativement négatifs des systèmes de production, de nombreuses parties prenantes plaident pour l'adoption d'une logique de développement soutenable à travers toute la planète (Quynh Lien, 2005; V. Swaen & C. R. Chumpitaz, 2008). Les activités industrielles ont, sans nul doute, des impacts sur l'environnement et sont également sources de risques pour la société que personne ne peut ignorer. À titre d'exemples, on peut citer l'extraction et la transformation des matières premières causant la contamination du sol, de l'eau et de l'atmosphère ; les déchets plastiques non biodégradables.

Depuis quelques années, la prise en compte des effets environnementaux et sociaux des systèmes de production est à la base d'un vaste mouvement luttant pour l'adoption d'une logique de développement durable (Lien, 2005). L'influence croissante des groupes de pressions, la couverture médiatique des scandales financiers, sociaux et environnementaux, le besoin de transparence expliquent en partie l'intégration de la RSE dans la gestion des entreprises (V.

Swaen & Chumpitaz, 2008). De plus, l'investissement dans la RSE, d'après de nombreuses études, peut contribuer à augmenter le profit de l'entreprise en acquérant de nouveaux clients et des parts marchés, et à améliorer son image de marque ainsi que de gagner la confiance des consommateurs (Mombeuil & Fotiadis, 2017; Nunez, 2008; Ofori & Hinson, 2007; Perrini, Castaldo, Misani, & Tencati, 2010; Pivato, Misani, & Tencati, 2008).

En ce qui concerne la RSE, l'entreprise doit s'intéresser à son environnement au sens écologique mais également au niveau social. Comme le souligne Buchholz (1996), la performance économique ne conduit pas forcément au bien-être de la société : dégradation de l'environnement, insécurité dans le travail, et discrimination des groupes sociaux. Selon Lien (2005), l'idée commune admise sur la RSE est que l'entreprise doit répondre à l'ensemble des effets de ses actions sur la société et s'assurer que ses pratiques s'accordent aux attentes sociétales actuelles, émergentes et futures.

Dans les pays développés, comme par exemple en France, les Grandes entreprises diffusent de l'information sur les impacts sociaux et environnementaux de leurs activités et sur les mesures prises pour limiter les impacts négatifs ainsi que sur leurs performances dans ce domaine. (Amel Ben Rhouma, 2008). Cependant, chez nous c'est le contraire ! Les entreprises fonctionnent comme bon leur semble, il n'existe pas de loi contraignante pouvant leur forcer à prendre leurs responsabilités sociétales. Par exemple en Haïti, il n'y a pas un contrôle de qualité des produits. L'empoisonnement de certains enfants par le sirop du laboratoire PHARVAL (AlterPress, 2003) est parmi les nombreuses évidences concernant l'irresponsabilité des entreprises haïtiennes, la faiblesse de l'État et la passivité des parties prenantes incluant les membres de la société civile.

D'un autre côté, les pays sous-développés font face à des problèmes totalement différents de ceux des pays développés. Qui pis est, le contexte de responsabilité sociétale des entreprises n'a pas le même sens dans toutes les sociétés et les problèmes socio-économiques sont divergents (Dobers & Halme, 2009; Mombeuil, 2013; Mombeuil & Fotiadis, 2017; V. Swaen & C. R. Chumpitaz, 2008). En outre, le sens et la définition du concept RSE varie selon le contexte économique, l'industrie, et le positionnement d'une entreprise (Visser, 2008). De ce fait, le concept RSE suscite des divergences à cause de ses nombreuses définitions (Mombeuil, 2013; Mombeuil & Fotiadis, 2017; V. Swaen & R. C. Chumpitaz, 2008).

Dans les pays sous-développés, les problèmes sociaux et environnementaux sont alarmants, et souvent l'Etat est incapable de résoudre ces problèmes. En se base sur la mouvance de la RSE, Urip (2010) stipule que les entreprises doivent résoudre à certains problèmes sociaux et environnementaux en se référant au contexte des pays sous-développés ou les Etats sont dépassés par des problèmes d'ordre sociaux et environnementaux. Cela implique que l'État, à lui seul, ne peut pas résoudre tous ces problèmes (Eggers & Macmillan, 2013).

En ce qui nous concerne, la RSE est une pratique qui n'existe pas pleinement dans la culture des entreprises haïtiennes. Le parrainage et le sponsoring<sup>1</sup> sont les deux modèles les plus pratiqués par les firmes du pays. Il faut noter que le comportement des entreprises d'aujourd'hui n'est pas trop différent de celui des entreprises coloniales. Elles ont le même Paradigme, c'est-à-dire « un marché à exploiter ». De plus, la participation des entreprises dans la vie sociale de la population en termes de RSE est très insignifiante. De ce fait, L'irresponsabilité sociétale des entreprises Haïtiennes est-elle due aux entreprises elles-mêmes ? Est-elle due à la faiblesse de l'Etat et des parties prenantes ?

Les nombreux déchets plastiques des entreprises Haïtiennes à travers nos rues et la pollution de nos rivières ; l'accélération de l'importation des produits au détriment de la production nationale ; la commercialisation des produits périmés ; la dégradation continue de notre environnement ne sont-elles pas en grande partie la preuve de l'irresponsabilité des entreprises envers la société et l'environnement ?

## **1.2 JUSTIFICATION ET IMPORTANCE DE CETTE ETUDE**

La responsabilité sociétale des entreprises demeure l'un des sujets très débattus au milieu du monde académique et des entreprises opérant dans les pays développés principalement, ainsi que dans les pays émergents. Dans les pays sous-développés, la pratique et les débats sur la RSE sont rare surtout en Haïti (Mombeuil & Fotiadis, 2017). De plus, non seulement Haïti fait face à une carence en matière de RSE, et l'irresponsabilité sociale et environnementale des entreprises

---

<sup>1</sup> Sponsoring : Un sponsor est une entreprise qui soutient une personne, un organisme ou une action d'intérêt général, non pas dans un but philanthropique mais à des fins commerciales. [Wikipédia](#)

opérant en Haïti ne sont jamais adressée au niveau des médias et du milieu académique haïtienne de façon consistante et pertinente. Ceci justifie dans un premier temps la portée de notre recherche. En outre, il existe très peu de recherche sur la RSE en Haïti. Une exploration sur différents moteurs de recherches retourne trois (4) publications des auteurs qui considèrent Haïti comme contexte d'étude relatif à la RSE (Voir, Mombeuil, 2013; Mombeuil & Fotiadis, 2017; Mombeuil, Fotiadis, & Wang, 2019; Seraphin, Gowreesunkar, & Charani, 2017). Cette carence de publication adressant la problématique de la RSE et IRSE en Haïti justifié en second lieu l'importance de notre recherche.

Notre travail trouve son originalité par le fait d'adresser l'irresponsabilité sociétale des entreprises de production de boissons opérant sur le territoire haïtien. Le fait de collecter des données auprès différents groupes de partie prenantes contribue à renforcer la portée de notre étude. De plus, notre étude peut être servi comme un modèle pour évaluer la responsabilité et l'irresponsabilité sociétale des entreprises haïtiennes opérant dans d'autres secteurs d'activité. Enfin, les résultats de notre étude et les recommandations que nous proposons peuvent servir comme matière de réflexion du point vue académique, pratique, et juridique concernant la RSE, et particulièrement sur la protection de l'environnement.

### **1.3 QUESTIONS DE RECHERCHE**

Outre des problèmes liés aux impacts négatifs des entreprises Haïtiennes particulièrement sur l'environnement, le pays fait face à de nombreux problèmes sociaux, politiques, environnementaux et de corruption. Parmi ces problèmes, la corruption liée aux IRSE a un impact négatif tant sur l'économie et le développement durable en Haïti. Notons que la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) est un sujet qui concerne toutes les couches de la société. Enfin, voici la question sur laquelle nous allons discuter tout au long de notre réflexion :

- 1) Les entreprises de production de boissons en Haïti sont-elles irresponsables du point de vue sociétal ?

## **1.4 OBJECTIF GENERAL**

1.4.1 Explorer l'irresponsabilité sociétale des entreprises haïtiennes, principalement celles évoluant dans la production de boissons.

## **1.5 OBJECTIFS SPECIFIQUES**

1.5.1 Comprendre, expliquer l'irresponsabilité sociétale des entreprises haïtiennes due à la faiblesse de l'ETAT, des parties prenantes.

1.5.2 Comprendre, expliquer l'irresponsabilité sociétale des entreprises haïtiennes due aux entreprises elles-mêmes.

## **1.6 CADRE CONCEPTUEL**

Le cadre conceptuel est une représentation abstraite, reliée à l'objectif du projet de recherche qui dirige la collecte et l'analyse de données. La conceptualisation donne une explication des concepts de base contenus dans le sujet. Elle est l'étape préparatoire de la théorisation, ainsi un concept peut être défini comme étant une idée plus ou moins abstraite, un symbole qui désigne une réalité plus vaste.

### **1.6.1 Responsabilité sociétale d'entreprises**

Nombreuses définitions ont été donnée pour la RSE, nous avons retenu que ces deux-là. Premièrement, La Commission Européenne (2011) définit la responsabilité sociale des entreprises (RSE) comme « l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes

». Ensuite, une définition du concept, tiré du site ([www.bdc.ca](http://www.bdc.ca)) disant que : la responsabilité sociale d'entreprise (RSE) est l'engagement que prend une entreprise en vertu duquel elle gèrera les effets Sociaux, environnementaux, et économiques de ses activités de façon responsable et conforme aux attentes public » enfin, dans le cadre de ce travail la responsabilité sociétale d'entreprises est le fait pour les entreprises Haïtiennes d'intégrer dans leurs objectifs des actions socialement responsables, tant sur plan Environnemental, Economique et Social visant à contribuer au développement du pays.

### **1.6.2 Irresponsabilité sociétale d'entreprises**

L'IRSE étant l'antithèse de la RSE, une première approche de la notion d'IRSE consisterait bien sûr à ne pas agir en conformité aux lois et aux normes Sociales en vigueur. Pour Jones, Bowd, and Tench (2009), l'IRSE consiste à être réactif plutôt proactif dans les façons et les moyens par lesquels l'entreprise se relie à la Société. Enfin, dans le cadre de notre travail, l'IRSE des entreprises se définit comme étant la non prise en compte des entreprises Haïtiennes de l'aspect Sociale, environnementale et les parties externes dans leurs prises de décisions.

## **CHAPITRE 2 : REVUE DE LITTÉRATURE**

La revue de littérature concerne l'ensemble des écrits scientifiques sur un sujet donné comme a dit l'autre rien n'est nouveau sous le soleil. En ce sens, il s'avère nécessaire de voir ce qui a déjà été dit sur le sujet afin de mieux orienter le travail. De ce fait, nous commencerons par faire un survol sur la responsabilité sociétale des entreprises, présenter les différentes théories utilisées ensuite nous enchaînons avec un contraste entre L'IRSE et RSE enfin, nous ferons ressortir le contexte de l'étude dans lequel sera relaté un ensemble de comportement irresponsable des entreprises Haïtiennes.

### **2.1- SURVOL HISTORIQUE SUR LA RSE**

Suite à la révolution industrielle, l'entreprise occupe une place croissante dans l'économie mondiale. Toutefois, la réflexion concernant la place de l'industrie au sein de la société et de l'environnement s'est faite plus tardivement. En effet ce n'est que vers la fin des années 1590 que le terme de RSE commence à apparaître dans la littérature d'économie et de Gestion, les auteurs se concentraient alors à déterminer les contours généraux de la responsabilité de l'entreprise eu égard à la société. (Rodie : 2007). Les premiers ouvrages traitant du sujet s'intéressaient de manière prédominante à l'éthique de « l'Homme d'Affaires », plutôt qu'à celle de l'entreprise elle-même. Les auteurs se questionnaient alors principalement sur les actions Philanthropiques de ces deniers, plutôt qu'aux actions liées aux activités de l'entreprise (Rodrigues, 2010).

Puis autour des années 190, vers le début de la monte des multinationales et l'augmentation de la taille des entreprises, l'étude de la responsabilité s'est d'avantage préoccupée des questions relatives du niveau organisationnel. L'analyse de la responsabilité de l'entreprise s'est distancée de la vision centrée sur « l'Homme d'affaires pour passer à l'étude du fonctionnement et de la gestion de l'entreprise elle-même (Rodriguez, 2010). Parler de l'histoire de la RSE revient premièrement à retracer son évolution, ensuite à déterminer sa pratique auprès des managers et des organisations, et finalement à tenir compte des recherches académiques [ Heald (1970), Madrakhimova (2013), Archie B Carroll (1999) ]. Selon



Madrakhimova (2013), l'histoire de la RSE peut être retracée à travers l'évolution du concept et sa définition.

**Tableau 1 Évolution du concept de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)**

<b>Concept</b>	<b>Fondements</b>	<b>Auteur</b>
Responsabilité sociale des entreprises.	Frontières entre les sphères socio-économiques, Vision normative de la RSE.	Archie B. Carroll (1979); Howard (1953); Davis (1960)
Performance sociale des entreprises.	Modèle de performance sociale des entreprises.	Wood (1991); Archie B. Carroll (1979); Sethi (1975); Warwick et Cochran (1985); Wood et Jones (1995).
Réactivité des entreprises.	Capacité des entreprises à répondre aux défis sociaux.	Ackerman (1973); (Archie B. Carroll, 1979); Preston et Post (1975);
Performance sociale des entreprises et parties prenantes	Nouvelle conceptualisation des entreprises dans une atmosphère de parties prenantes.	Edward (1984); Clarkson (1995); Donalson et Preston (1995).
Durabilité des entreprises	Relation entre la RSE, leur stabilité/durabilité.	(Van Marrewijk, 2003);
Citoyenneté d'entreprise	Modèle qui met les entreprises au sein de leur responsabilité vis-à-vis des parties prenantes.	(Logsdon & Wood, 2002)

## **2.2-THEORIES DES ACTIONNAIRES ET DES PARTIES PRENANTES**

L'évolution du concept de responsabilité sociale a contribué au développement des différentes théories et écoles de pensées relatives aux rôles de l'entreprise en société. Une grande partie du débat entourant l'application de la RSE est centrée autour des différents modèles économiques de l'entreprise proposés par les théoriciens. Ainsi dans le cadre de notre travail, la littérature sur la RSE sera faite à partir des deux modèles suivants. La théorie de la primauté des Actionnaires et la théorie des parties prenantes (Radie, 2007).

Ces deux théories ont grandement influencé les définitions actuelles de la RSE, ainsi que les différentes formes d'implantation que peut prendre celle-ci au sein des entreprises. Dans un premier temps la théorie de la primauté des actionnaires, développée en grande partie par l'économiste Milton Friedman, propose que les activités de l'entreprise soient primordiales à la génération de profit pour les propriétaires (Rodie, 2007). En effet, Friedman, propose que « il existe une et une seule responsabilité sociale des entreprises qui utilisent ses ressources et s'engagent dans des activités conçues pour augmenter ses profits tant qu'elles respectent les règles du jeu » (Friedman, 1970). Selon cette théorie la responsabilité éthique et sociale est un concept inhérent aux personnes physiques, concept qui ne peut donc s'appliquer à la personne morale constituée l'entreprise.

Les individus qui génèrent les activités de l'entreprise, les administrateurs et autres employés, ont une obligation fiduciaire, c'est-à-dire une obligation d'agir dans le meilleur intérêt de l'entreprise et doivent donc répondre aux attentes des propriétaires de l'entreprise soit les actionnaires (Rodriguez, 2010). Dans un deuxième temps la théorie des parties prenantes ou stakeholder propose que l'entreprise ne fonctionne pas en vase clos et ne peut concentrer toutes ses activités uniquement vers la quête de profits (Rodriguez, 2010). Selon ce modèle, l'entreprise doit tenir compte du milieu dans lequel elle opère, et doit être responsable envers tout ce qui a des intérêts dans son fonctionnement. (Les parties prenantes ou stakeholder) (Rodriguez, 2010).

Les difficultés d'application de cette théorie résident, toutefois, en l'identification des parties prenantes de l'entreprise. Une définition fréquemment utilisée est de considérer les parties prenantes de l'entreprise comme étant « tout groupe ou individu qui peut influencer ou être

affecte par les objectifs de l'entreprise » (Mujih, 2012). Cette vision considère l'entreprise comme œuvrant dans un réseau complexe d'acteurs inter reliés, tels les employés, les administrateurs, la communauté, les consommateurs les groupe de pression, les gouvernements et autres (Mujih, 2012). Les divergences entre ces théories sont fondamentales à la forme actuelle que prend la RSE, notamment quant aux obligations légales pouvant découler du courant théorique adopté. D'une part, les tenants de la théorie de la primauté des actionnaires ou shareholder ne peuvent concevoir une forme de responsabilité éthique et morale détachée de celle d'une personne physique. D'autre part la théorie des parties prenantes ou stakeholder théorie, élargit la sphère de responsabilité sociale de l'entreprise en proposant que plusieurs différents acteurs, incluant ceux externes à l'entreprise, doivent être pris en considération dans les décisions relatives aux activités de l'entreprise. Les implications peuvent être importantes, particulièrement pour les administrateurs, et gestionnaire qui doivent répondre des préoccupations de ces différents groupes.

### **2.3: RSE DEFINITIONS ET SES DIMENSIONS**

En plus des différentes théories proposées portant sur le rôle de l'entreprise en Société, la définition de la RSE est aussi évolutive. En effets il n'existe actuellement pas de définition universelle acceptée. Cette absence de définition ferme contribue en partie à la difficulté de dresser les contours juridiques de la RSE (Mujih, 2012). Cela étant, sans s'enliser dans le débat sémantique entourant la question, la présente section propose quelques définitions avancées par divers organismes et Auteurs.

Depuis le début des années 1950, les chercheurs en gestion qui s'intéressaient au concept de RSE ont proposé une multitude de définitions (Carroll, 1999). Selon Mansour (2011), la RSE englobe les responsabilités que les entreprises ont envers les sociétés au sein desquelles elles fonctionnent. La Commission Européenne (2011) définit la responsabilité sociale des entreprises (RSE) comme « l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes ».

Pour certains, la RSE rejoint la responsabilité juridique ; pour d'autres, elle se rapporte à l'éthique ou au comportement social responsable. Selon Howard (1953), la RSE renvoie à l'obligation pour les gestionnaires de mettre en place les politiques, de prendre les décisions et de suivre les règles répondant aux objectifs et aux valeurs considérables dans la société.

Le Conseil mondial des entreprises pour le développement (World Business Council for Sustainable Développement, WBCSD ) définit la RSE comme étant un consentement des entreprises à adopter des comportements éthiques et à contribuer au développement économique tout en améliorant la qualité de la vie des parties prenantes (Field, 2008). Comme l'ajoute (Freeman & Velamuri, 2006), les définitions de la RSE reposent sur deux idées communes : (1) les entreprises ont des responsabilités qui vont au-delà de la recherche du profit et du respect de la loi, (2) ces responsabilités ne concernent pas uniquement les actionnaires mais l'ensemble des parties prenantes aux activités de l'entreprise (Lien, 2005). Manne (1987) soutient que les gens semblent apprécier en sachant que les entreprises ont une responsabilité personnelle envers eux en dehors du marché. Cela procure un sentiment de pouvoir et soulage les personnes qui ne peuvent pas trouver un système de marché à multiples facettes.

### **2.3.1 RSE ET SES DIMENSIONS**

En ce qui attrait aux dimensions de la responsabilité sociétale d'entreprises, Archie B. Carroll (1979), distingue quatre types d'obligations :

- ❖ Économiques, c'est-à-dire être profitable, fabriquer des produits respectant des normes de qualité et de sécurité...
- ❖ Légales, en respectant les lois et les réglementations,
- ❖ Éthiques (agir conformément à des principes moraux au sein de la société),
- ❖ Philanthropiques (agir avec bienfaisance et charité).

La définition de Carroll a été affinée par Wood (1991) qui précise trois niveaux de responsabilité pour une entreprise :

1. La responsabilité de l'entreprise en tant qu'institution sociale : l'entreprise doit utiliser son pouvoir économique dans un sens favorable aux attentes de la société.
2. La responsabilité de l'entreprise en termes de conséquences de ses activités. Ce sont les conséquences au niveau des acteurs concernés directement par les décisions et les activités de l'entreprise.
3. La responsabilité individuelle et morale des dirigeants et des managers. Ceux-ci doivent utiliser leur pouvoir au service de la responsabilité sociétale de l'entreprise dans les choix stratégiques de l'entreprise et dans les moyens de mettre en œuvre ces stratégies.

## **2.4 Critique RSE**

### **La responsabilité sociale, une stratégie très peu développée en Haïti**

Le secteur de la téléphonie, de l'hôtellerie, le secteur bancaire, le secteur de l'essence et le secteur des boissons sont les plus rentables du pays. Malgré leur niveau de rentabilité, leur implication dans le social est très maigre. À l'exception de la construction de quelques écoles par un opérateur de secteur de la téléphonie mobile, un programme de reboisement des secteurs de l'essence et bancaire, et quelques subventions dans plusieurs domaines, l'investissement dans le développement durable n'est pas dans l'agenda des entreprises haïtiennes.

En fait, les actions sociales des entreprises du pays peuvent être qualifiées d'initiation en RSE dans le sens banal du terme ou de « Stunt Publicitaire<sup>2</sup> » pour la simple et bonne raison que leur apport social reste superficiel. Il ne suffit pas de faire des actions sociales, l'important c'est de compenser les dégâts et même les surpasser. L'image de fatras qu'on a de la capitale du pays est en grande partie constituée des déchets venant des produits distribués par les entreprises productrices de boissons.

On pourrait se poser des questions relatives aux actions sociales posées par les entreprises haïtiennes. Lesquelles questions sont formulées ainsi :

---

<sup>2</sup>Stunt Publicitaire : le terme de stunt publicitaire désigne un coup publicitaire et ceci quel que soit sa forme et les moyens mis en œuvre. (B.Bathelot, 2016)

- ❖ Quelles sont les dispositions prises par les entreprises haïtiennes pour corriger ou compenser les dégâts ou dérives ?
- ❖ Pourquoi elles ne subventionnent pas les compagnies de voiries et n'encouragent pas le recyclage ?

En réalité, les entreprises haïtiennes ne font que des actions sociales n'ayant aucun rapport aux dégâts causés par leur activité directement. Il est aussi vrai que l'État ne prend aucune disposition pour les inciter à prendre leur responsabilité sociale en main, sinon que les amener à payer leurs impôts. Là aussi, il y a beaucoup à faire

## **2.4.1 PRESENTATION DES ENTREPRISES**

### **BRASSERIE NATIONALE D'HAÏTI S.A (BRANA)**

Fondée en 1973, la BRANA est la principale brasserie du pays. Elle fabrique la bière populaire *Prestige* et gère la distribution de boissons non alcoolisées telles que les marques *Pepsi-Cola* et *7 Up*. Mais au début du XXIème siècle, elle a commencé à fabriquer sa propre gamme de boissons gazeuses sous la marque *King Cola*, la boisson énergisante *Toro* ainsi que l'eau en bouteille, *Crystal Springs*. Dans un article intitulé « Entreprise verte, entreprise rentable », la Chambre de commerce et d'industrie haïtiano-canadienne (CCIHC) a fait mention de la BRANA comme une entreprise très rentable et socialement responsable, mais cette responsabilité est beaucoup plus visible par la DGI que les consommateurs.

### **TROPIC S.A**

La Tropic S.A. est fondée en 1989. Elle produit actuellement les boissons non alcoolisées : *Ragaman*, *Megawat*, *Eau Aquafine*, *Fiesta*, *Tampico*, *Robusto*, *Soda*, *Tropic*. Ce producteur, conscient de sa responsabilité environnementale, est membre fondateur du partenariat *Tropical Recycling* qui, depuis quelque temps, travaille pour un environnement sain et stable.

## **BRASSERIE DE LA COURONNE S.A**

La Brasserie de la couronne S.A est un fabricant de boissons gazeuses et l’embouteilleur autorisé de Coca-Cola en Haïti. Elle produit la populaire champagne de *Cola couronne* fruit et a récemment ajouté à sa gamme de produit la Diabète couronne fruit champagne la couronne limonade et la Diabète couronne limonade. Elle embouteille les boissons *Coca-Cola, Sprit, Fanta et Gladiator* pour la Compagnie *Coca-Cola*. Avec *Coca-Cola*, la brasserie est toujours présente dans les grands événements. Le sponsoring est très culturel à la brasserie de la Couronne.

## **LA BRASSERIE SEJOURNE S.A**

Le groupe séjourné s’est établi en Haïti depuis 1850. Il distribue des produits tels que *Cream Soda, Star Cola, Atomique, séjourné Champagne*, la gamme des produits *sekola*. Il est aussi présent dans le domaine de la Pharmacie et est le créateur de la Lotion Broca. Déodorant très célèbre en Haïti. Le groupe séjourné n’est pas trop présent dans le social.

## **2.5 RSE ET POUVOIR DES PARTIES PRENANTES**

Dans le concept d'éthique commerciale « acteur », tous les individus et groupes de la société concernés par une entreprise et ses pratiques y participent. Alors que les actionnaires, les dirigeants et les clients sont les plus directement touchés et les plus puissants, les autres parties prenantes peuvent également influencer de diverses manières sur les pratiques d'une entreprise ainsi dans les lignes qui vont suivre nous allons parler des différents pouvoirs des parties prenantes sur la responsabilité sociétale d'entreprise.

- Pouvoir de vote
- Puissance économique
- Pouvoir Politique
- Pouvoir Juridique

### **2.5.1 POUVOIR DE VOTE**

Les actionnaires des entreprises ont le pouvoir le plus direct sur les entreprises par le vote. Avant ou pendant les assemblées annuelles, les actionnaires peuvent exprimer un nombre de votes proportionnel à la quantité d'actions qu'ils détiennent pour influencer ou diriger les actions futures d'une entreprise. Ce pouvoir est unique pour les actionnaires, sauf s'il est attribué contractuellement à d'autres parties ; par exemple, quelques entreprises ont donné aux syndicats la possibilité de vote (Jamie Wilson, 2017).

### **2.5.2 PUISSANCE ECONOMIQUE**

Toute personne pouvant influencer sur les profits ou les pertes d'une entreprise détient un pouvoir économique sur cette entreprise. Les clients et les actionnaires détiennent généralement un grand pouvoir économique sur une entreprise, mais les banques qui lui prêtent, les créanciers qui accordent des crédits et même les gouvernements (au moyen de prélèvements fiscaux) détiennent également un pouvoir économique. Les fournisseurs et les détaillants détiennent également un pouvoir économique en ce sens qu'ils peuvent refuser de fournir ou de vendre les produits d'une entreprise. Les travailleurs, en particulier les syndicats, jouissent d'un grand pouvoir économique par le biais de ralentissements du travail ou de grèves. (Jamie Wilson, 2017).

### **2.5.3 POUVOIR POLITIQUE**

Les gouvernements détiennent un pouvoir politique direct sur les entreprises, le plus souvent exprimé par la manière dont ces entreprises sont taxées, réglementées et autorisées à exister. Dans les pays organisés démocratiquement, les électeurs et les organisations militantes peuvent utiliser le vote et la pression politique pour influencer le pouvoir politique. Dans les pays dotés d'autres types de gouvernance, le pouvoir politique peut être exercé de différentes manières pour ou contre les entreprises, comme lorsqu'un pays décide de nationaliser une entreprise privée (Jamie Wilson, 2017).



#### **2.5.4 POUVOIR JURIDIQUE**

Les parties prenantes directement et indirectement touchées par une entreprise peuvent exercer un pouvoir juridique sur une entreprise. Les employés qui estiment avoir été traités injustement peuvent engager des poursuites, seuls ou en recours collectifs. Les clients, les écologistes, les syndicats et même les gouvernements sont également en mesure d'intenter des poursuites contre des entreprises. Parce que les poursuites, même celles qui sont gagnées, peuvent entraîner des frais juridiques paralysants, ce pouvoir ne doit pas être pris à la légère. Enfin, Les parties prenantes peuvent également avoir le pouvoir d'influencer les pratiques commerciales de plusieurs autres manières. La technologie, les normes culturelles, l'environnement et la persuasion directe de groupes ont également été cités comme des domaines de pouvoir des parties prenantes (Jamie Wilson, 2017).

#### **2.6 RSE ET PRESSION DES PARTIES PRENANTES**

Helmig, Spraul et Ingenhoff (2016, page 154) définissent la pression des parties prenantes comme «la capacité et la capacité d'influencer une organisation en influençant ses décisions organisationnelles ». Cette pression joue un rôle important en ce qui concerne les implémentations que les entreprises mettront en œuvre concernant leur RSE. L'efficacité et les conséquences de la pression dépendent toutefois du type de groupe de parties prenantes qui exerce la pression (Clarkson, 1995). Différents types de parties prenantes peuvent exercer différents types de pression sur la société. Il est donc important que la société gère cette pression. Si la société minimise la pression, elle peut réduire les dommages futurs pour la société (Jones et al. 2009). Selon Clarkson (1995), les parties prenantes peuvent être divisées en deux groupes de parties prenantes ; primaire et secondaire.

Le groupe de parties prenantes principal comprend les parties prenantes sans lesquelles la société ne peut survivre, telles que les actionnaires et les investisseurs, les fournisseurs, les employés, les clients et le gouvernement. Les médias, les ONG et d'autres groupes d'intérêts constituent le groupe de parties prenantes secondaire. Ce sont les parties prenantes qui peuvent influencer ou être influencées par la société. Ce groupe n'a aucun intérêt dans les résultats

financiers ou la survie de la société et peut donc influencer l'opinion publique de manière à nuire à la réputation d'une société ou à améliorer sa réputation (Clarkson, 1995). En d'autres termes, le groupe de parties prenantes secondaire joue un rôle important dans la société (Arenas, Lozano & Albareda, 2009), même si la pression exercée par le groupe de parties prenantes primaires a plus fort impact sur la mise en œuvre de la RSE par les entreprises (Helmig et al., 2016).

Les ONG, en tant que partie intégrante du groupe de parties prenantes secondaires, travaillent traditionnellement au développement et à la promotion de la protection sociale et environnementale financée par des entreprises (Arenas et al. 2009). Cependant, les ONG ont reçu une nouvelle fonction et travaillent maintenant avec les conditions économiques et politiques, qui sont à la base des problèmes sociaux et environnementaux (Arenas et al., 2009). La pression exercée par les ONG sur la RSE ne semble pas avoir la même influence sur les gouvernements, ce qui a incité les ONG à se concentrer davantage sur les entreprises et leur a conféré un rôle clé dans la société. Selon les ONG elles-mêmes, leur rôle est de transmettre des informations aux autres parties prenantes sur les initiatives et actions de RSE des entreprises, afin qu'elles puissent récompenser ou punir l'entreprise (Arenas et al., 2009). Enfin, pour les chercheurs Elise Bonneveux et Richard Soparnot (2016), un dirigeant qui ne serait pas sensible aux enjeux économiques, sociaux et sociétaux pourrait tout de même sous l'impulsion des Partie Prenantes adopter un comportement socialement responsab

## **2.7 CONTRASTE ENTRE IRSE ET RSE**

Des études antérieures ont été menées sur la RSE et sur la manière dont une entreprise utilise la RSE au cours des 60 dernières années. La RSE consiste à travailler de manière éthique et à être une bonne entreprise citoyenne en revanche, L'irresponsabilité sociale d'entreprises (CSI), en tant que contraire de la responsabilité sociale des entreprises (RSE), fait référence à l'incapacité de la société à agir de manière responsable. C'est un concept qui a récemment commencé à devenir un sujet de préoccupation sur le marché international (Murphy & Schlegelmilch, 2013). Les auteurs (Lin-Hi & Muller, 2013) ont présenté deux types d'irresponsabilités ; IRSE intensionnel fait référence à des opérations sur titres telles que la

corruption, l'évasion fiscale, et les IRSE non intentionnels font référence à des événements dommageables, tels que la pollution de l'environnement, l'insalubrité des rues, tremblement de terre, causé par des facteurs externes.

### **2.7.1 Définitions et exemples IRSE**

Une des premières définitions d'IRSE a été faite par Armstrong en 1977, il disait que l'IRSE était une décision immorale prise par les Administrateurs d'une société dans le but de créer de la valeur pour les actionnaires au détriment d'autres ensuite cette définition a été reformulée par Murphy et Schlegelmilch (2013) comme une décision d'accepter un choix moins moral que son alternative. De plus nombreuses définitions ont été formulées par différents auteurs : D'abord, pour Jones (2009) l'IRSE consiste à être réactif plutôt proactif dans les façons et les moyens par lesquels l'entreprise se relie à la Société ensuite, (Pearce et Manz, 2011) définissent l'IRSE comme un comportement contraire à l'éthique du pouvoir exécutif qui montre un mépris pour le bien être d'autrui, qu'à son extrême se manifeste lorsque les cadres recherchent un gain personnel au dépend des employés, actionnaires et d'autres parties prenantes de l'organisation et même de la société en générale puis Lange et Wesbourg (2012) et Keig (2015) affirment que l'IRSE est plus que l'incapacité d'une entreprise à se comporter responsable : l'IRSE est le résultat d'une stratégie, d'une décision ou d'une action intentionnelle de l'entreprise. Enfin selon Herzig et Moon (2013) les entreprises peuvent être à la fois Responsable et Irresponsable illustrent cette contradiction avec l'affaire Siemens qui, bien qu'elle opérât avec un degré élevé de protection sociale normes, est également considérée comme coupable en vertu de la loi américaine (Corrupt Foreign Practices Act). En dernier lieu, nous concluons avec quelques exemples d'entreprises irresponsables, tiré du site : (ConsoGlobe.com, 2010).

#### **1-LA BANQUE ROYALE DU CANADA**

Gagnante du « Global Award », prix décerné par un jury d'expert, la **Banque Royale du Canada** est la plus grande entreprise canadienne en termes de chiffre d'affaires, mais surtout le principal financier des producteurs de « pétrole sale » réalisé à partir des **sables bitumineux**.

Ces deux dernières années, 20 milliards de dollars ont été investis dans l'exploitation minière de la région d'Alberta, plus grand gisement de sables bitumineux.

Engendrant **cinq fois plus de gaz à effet de serre** que le pétrole ordinaire, cette production de « pétrole sale » entraîne une pollution et une déforestation massives qui semblent inexorables

## **2-ROCHE**

Le groupe pharmaceutique Roche remporte lui le «**People's Award**», prix de la honte décerné par le public via un vote en ligne.

Principale raison de cette distinction : les pratiques de l'entreprise pharmaceutique en Chine, où non seulement elle commercialise le **CellCept**, médicament prévenant le rejet d'organes transplantés, mais elle en teste l'efficacité sur des centaines d'organes dont la provenance lui est inconnue. Or 90 % des organes transplantés dans ce pays proviennent de **prisonniers condamnés à mort**... La World Medical Association et d'autres organisations internationales ont qualifié les transplantations d'organes provenant de prisonniers comme une **pratique violant l'éthique médicale**.

## **3-FARNER PR**

L'entreprise de communication Farner s'est distinguée en 2009 pour ses services d'espionnages en faveur de l'industrie de l'armement. Agissant pour le compte des fabricants d'armes, Farner aurait ainsi **infiltré le GSsA** (Groupe pour une Suisse sans Armée) via une « taupe » le temps d'un week-end de préparation d'une campagne contre les exportations d'armes en juin 2009. Des pratiques selon les organisateurs des Public Eye Awards « contraires à la liberté de rassemblement et d'opinion » *et qui vont* « à l'encontre des principes éthiques et des règles de respect mutuel les plus élémentaires ».

## **4-ARCELOR MITTAL**

Le groupe Arcelor Mittal est le plus important **producteur d'acier au monde**, présent dans 50 pays avec près de 330 000 employés. Il est accusé de faire du lobby contre une réglementation restrictive des émissions polluantes et de n'engager aucune action contre la pollution de son

principal site de production en Afrique du Sud qui entraînerait la naissance d'animaux malformés et ne serait pas sans lien avec un taux de cancer de la population vivant aux environs de l'usine nettement supérieur à la moyenne.

## **5-COMITE INTERNATIONAL OLYMPIQUE (CIO)**

Alors que les JO de Vancouver sont annoncés comme les JO les plus écologiques de l'histoire olympique, le CIO se fait pourtant épingler par les Public Eye Awards. Pourquoi ? Pour avoir déplacé une partie de la population indigène de Vancouver et **détruit des terres** jusque-là préservées en y construisant des autoroutes et diverses infrastructures. Depuis l'attribution des jeux, la pénurie de logements dans la région de Vancouver aurait ainsi triplé, laissant de nombreuses communautés locales livrées à elles-mêmes dans les **ghettos et les réserves**.

### **2.7.2 AVANTAGES RSE ET DESAVANTAGES IRSE**

De nos jours, investir dans la responsabilité sociétale d'entreprise révèle d'une importance capitale pour toutes les entreprises dignes de ce nom afin de répondre aux attentes Sociales, Environnementales et éthiques, dans le but d'équilibrer, d'harmoniser la relation entre le profit et bien être de la collectivité. Nombreuses études ont démontré qu'en investissant de façon stratégique dans la RSE, les entreprises peuvent bénéficier différents avantages :

Premièrement, (Xueming, 2011 : Mombeuil, 2009) ont montré que les entreprises dotées de programmes de responsabilité sociétale (RSE) comptent d'avantages de Clients. De plus, Remi Trudel et June Cotte, 2011) ont constaté qu'une entreprise Socialement responsable bénéficie d'une bonne réputation. Puis (Van Beurden et Gossling, 2008) stipule qu'une entreprise avec des programmes de RSE bénéficie d'une image de marque positive pouvant générer une très bonne performance financière. Enfin, les entreprises socialement responsables peuvent bénéficier d'une augmentation des intentions d'achats de la part de leurs clients pour récompenser leur investissement en RSE (Assiouras, Siomkos, Skourtis, & Koniordos, 2011). Contrairement à la RSE les pratiques d'irresponsabilité sociétale d'entreprises ont un pouvoir destructeur qui peuvent avoir des conséquences négatives sur la réputation, l'image de marque, et cote financière de l'entreprise (Baucus & Baucus, 1997; Karpoff, Lee, & Martin, 2008; Sullivan,

Haunschild, & Page, 2007). De plus, Redd, (2011) a démontré que les entreprises irresponsables socialement ont moins de clients que les entreprises socialement responsables. Puis nous avons vu dans la revue littérature que les entreprises irresponsables socialement, peuvent subir du boycottage auprès des différents groupes de parties prenantes, principalement les consommateurs. Cette contradiction a également attiré l'attention du point de vue académique. Ainsi Kotchen et Moon (2012) stipule que certaines entreprises irresponsables utilisent les politiques RSE comme stratégie pour détourner l'attention du comportement contraire à l'éthique ainsi pour compenser les comportements socialement irresponsables.

### **2.7.3 IRSE ET STRATEGIE D'ENTREPRISE**

Husted & Allen (2006), Définit la stratégie comme plans et actions prises pour créer des ressources et des capacités uniques et tirer parti des routines organisationnelles qui sont la source d'un avantage concurrentiel durable et d'une performance supérieure. D'après Capron and Quairel-Lanoizelée (2004), il existe deux catégories de logiques stratégiques:

- 1) **Les stratégies substantielles** où l'entreprise détermine ses objectifs, adapte ses méthodes de travail de manière à répondre à la demande sociale. Ces stratégies retrouvent l'esprit de la RSE où l'entreprise cherche à rapprocher ses intérêts économiques avec ceux de ses différentes parties prenantes.
  
- 2) **Les stratégies symboliques** centrées sur l'image et la réputation de l'entreprise. L'entreprise s'approprie convenablement la notion de RSE mais sans les fondements de son comportement (objectifs de développement, rentabilité, produits, méthodes, organisation). Une bonne réputation d'une entreprise développée par la RSE peut aider à faire face à la mauvaise publicité et l'impact des actionnaires d'un événement négatif. Ce qui signifie moins d'impact sur la marque.

En somme, l'IRSE étant un ensemble de pratique contraire à l'éthique qui entraînent souvent des conséquences sociales, économiques, et commerciales désastreuses (Jones et al., 2009). De

même que la RSE, l'IRSE est autant utilisé comme stratégie visant à réduire certains coûts opérationnels visant implicitement à maximiser le profit des sociétés. Certains auteurs (Herzig & Moon, 2013; Perks, Farache, Shukla, & Berry, 2013) considèrent que l'IRSE est un échec occasionnel pour répondre aux attentes en matière de RSE. De manière cohérente, Riera et Iborra (2017) soutiennent que l'IRSE semble être associée à un échec occasionnel dans la satisfaction des attentes en matière de RSE, qui pourrait se traduire par des événements malheureux échappant à la sphère de contrôle des dirigeants d'entreprises. Par contre, Lin-Hi et Müller (2013) considère les comportements IRSE comme une stratégie commerciale intentionnelle plutôt qu'un échec occasionnel dans la satisfaction des attentes en matière de RSE. Les exemples d'irresponsabilité ou de crime d'entreprise tels que : le déversement illégal des déchets pétroliers (Vollaard, 2017), l'évasion fiscale, les pratiques comptables douteuses (Christensen & Murphy, 2004) sont des moyens efficaces de réduire les coûts d'exploitation (Riera & Iborra, 2017) et d'augmenter leur rentabilité. Sur la base de ces exemples Lange et Washburn (2012) affirment que l'IRSE est une stratégie commerciale intentionnelle simple.

## **2.8 CONTEXTE DE L'ETUDE**

De 1804 à 1991, la République d'Haïti a enregistré un record de 25 coups d'État et la présence des casques bleus de 1994 à 2004. Haïti s'est retrouvé jusqu'à présent comme le pays le plus instable de la région. Elle est caractérisée par un État gangrené par l'instabilité politique, l'irresponsabilité sociale de tous et chacun, l'injustice sociale, la corruption systémique, des institutions publiques faibles, un environnement dégradé, un faible taux d'alphabétisation et la pauvreté extrême.

Ironiquement, les critiques ont fait de cette république « La république des ONG ». En effet, après le tremblement de terre survenu le 12 janvier 2010, le pays a connu le flux le plus remarquable de la philanthropie de responsabilité sociétale d'entreprises. En près d'un an, environ 6 milliards de dollars ont été décaissés en aide officielle à Haïti pourtant, le pays n'a pu enboîter le pas sur la route du développement durable tant sur le plan Social, environnemental et économiques (Johnson, Ramachandran, & Walz, 2012). La corruption et les fausses promesses

ont malheureusement compromis les efforts de reconstruction et l'avenir prometteur pour les victimes (Ambraseys & Bilham, 2011; Klitgaard, 2010; Ramachandran & Walz, 2012).

De plus les entreprises du pays en quête du profit commercialisent des produits périmés, augmente les prix à volonté et ne savent pas pour autant qu'elles ont des responsabilités sociétales au sein de la communauté dans laquelle elles évoluent afin de participer au développement de ce dernier. Par conséquent, elles préfèrent s'enfoncer dans l'irresponsabilité sociétale. Une question qui ne fait pas souvent l'objet de débats dans les médias ni parmi les universitaires. De ce fait, dans les lignes qui suivent, nous ferons ressortir quelques irresponsabilités sociétales des entreprises Haïtiennes :

D'abord, Les déchets qui jonchent les artères de la capitale du pays sont en grande partie des produits distribués par les entreprises de productions, de commercialisations, en conséquence, l'insalubrité des rues, et la pollution de notre environnement sont parmi les nombreux exemples d'irresponsabilité sociétale des entreprises Haïtiennes.<sup>3</sup> Selon Gérard Daniel Rouzier, dans son discours à la Chambre de Commerce Haïtiano-Américain (ACHMAM), Haïti produit le moins de déchets par tête d'habitant de toute la zone (0.70 kg par personne par jour), comparé à 1 kg<sup>26</sup> pour la République Dominicaine et à 2kg 04 kg pour les États-Unis. Haïti est cependant le pays le plus insalubre de toute la zone car nous ne ramassons que 11% de nos ordures, comparé à 60% pour la République Dominicaine et à 76% pour la Jamaïque. Enfin les entreprises Haïtiennes s'enlisent dans la corruption en faisant de la contrebande, de la fraude fiscale. Dans un discours prononcé par Gérard Daniel Rouzier, il eut à dire que l'Etat perd 400 Millions de revenus à la Frontières et dans les Douanes de tous nos ports.

Ensuite, L'empoisonnement de certains enfants par le sirop du laboratoire PHARVAL (AlterPress, 2003) est parmi les nombreuses évidences concernant l'irresponsabilité des entreprises Haïtiennes, la faiblesse de l'État et la passivité des parties prenantes incluant les membres de la société civile. Puis En février 2016, une entreprise de la capitale a commercialisé

---

<sup>3</sup> Gestion de déchets en Haïti: <https://www.lefloridien.com/gestion-des-dechets-en-haiti-une-negligence-qui-nous-couter-cher/>



un produit toxique appelé « Clairin frelaté » ayant une ressemblance avec l'alcool consommable. En conséquence, des dizaines de mort ont été causé par la consommation de ce produit toxique.

Enfin, dans un pays comme Haïti, où les fonctionnaires ne prennent pas leurs responsabilités la vente de produits périmés, l'augmentation des prix des produits sont des phénomènes très répandus au sein des entreprises Haïtiennes. Selon une petite enquête qui a été réalisée par le Nouvelliste, il a été révélé que certains produits périmés sont exposés dans les rayons des supermarchés à Port-au-Prince. De plus des bocaux de mayonnaise locale, plusieurs bouteilles et boites de jus, des bonbons, des chocolats, des gâteaux etc... ne portent pas de date de péremption. (Nouvelliste, 2008)

## **CHAPITRE III /METHODOLOGIE DE RECHERCHE.**

### **3.1 METHODE EXPLORATOIRE**

Au cours du mois d'observation sur le terrain (Zone Métropolitaine de Port-au-Prince) nous avons exploré le comportement des entreprises haïtiennes, principalement celles évoluant dans la production de boissons en ce qui attrait aux respects de l'environnement, Soutien à la Communauté et aux respects des consommateurs etc. Selon Albarello (2003), l'observation est l'action de regarder avec une certaine attention les faits pour les étudier, les comprendre et l'analyser. Elle permet de recueillis les informations sur les comportements non-verbaux des sujets. De la méthode exploratoire nous avons exploré les publicités des entreprises productrices de boissons. De plus, nous avons fait une observation sur la réalité de l'environnement, ensuite sur les caractéristiques des produits en ce qui attrait aux effets négatifs de ces dernier. Sur cette base exploratoire nous avons monté notre questionnaire.

### **3.2 COLLECTIONS DE DONNEES**

Nous avons procédé à la réalisation d'une enquête de terrain auprès des différents groupent de partie prenante des entreprises (ONG, Association, Groupe Organisés de la Société civile, Fondation, Enseignement Supérieure, employés des entreprises) à partir d'un questionnaire quantitatif écrit, divisé en trois Partie : la première partie était une lettre de type memo dans laquelle nous fournissons aux répondants la garantie concernant l'anonymat et la confidentialité de la contribution. Par conséquent nous avons demandé aux personnes interrogées de ne fournir aucunes informations permettant de les identifier. Telles que : leurs noms, numéros de téléphones, ou numéros d'identifications. Nous avons divisé la deuxième partie du questionnaire en trois sous-catégories : la RSE liée aux respects de l'environnement, la RSE liée au soutien à la communauté et la RSE liée au respect des consommateurs. Chaque sous-catégorie contenait 4 éléments. La dernière partie du questionnaire contenait des informations biographiques sur les répondants telles que : le niveau d'éducation, le groupe d'âge, le sexe et le secteur d'activité.

Les résultats sont analysés à l'aide d'une échelle de type LIKERT à 5 points, en fonction de la moyenne des réponses pour chaque groupe de variable.

**Echelle de LIKERT :**

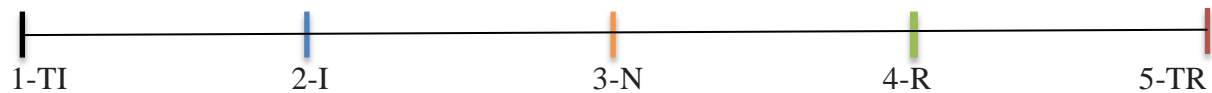
**1=Totallement Irresponsable (TI)**

**2=Irresponsable (I)**

**3=Neutre (N) (ni responsable, ni Irresponsable)**

**4=Responsable (R)**

**5=Totallement Responsable (TR)**



*Si la Moyenne des variables se trouvent à gauche de 3, c-à-dire de 1 à 2,99 les entreprises Haïtiennes productrices de boissons sont Irresponsable ou totallement Irresponsable. Par contre, à Droite, elles sont responsables ou Totallement responsable et enfin si leurs moyennes sont égales à 3, elles sont Neutres. C-à-dire, ni responsable, ni irresponsable.*

Après nous avons procédé à l'analyse de Variance ou ANOVA sur SPSS qui nous permet de comparer les moyennes des différents groupes. C'est une sorte d'analyse bivariée, utilisé pour mettre en relation deux ou plusieurs groupes de variables afin de détecter : le niveau de signification, la variance, l'égalité des moyennes et comprendre la perception de chaque groupe. **En règle générale, l'analyse de variance à un facteur est utilisée pour rechercher les différences entre au moins trois groupes, car le cas des deux groupes peut être couvert par un test t (Gosset, 1908).**

**SEUIL DE SIGNIFICATION : P Value 5%**

**Moyennes égales**

*P>5%*

**Moyennes Inégales**

*P<5%*

*NB* : Les données ont été collectées durant une période de 3 mois dans la zone métropolitaine de Port-au-Prince de Janvier 2019 à Mars 2019. Au total 500 questionnaires ont été distribués 384 de ces questionnaires nous ont été retournés. Le Logiciel SPSS est utilisé pour l'analyse des données recueillies.

## CHAPITRE 4 RESULTATS ET DISCUSSIONS

### 4.1 ANALYSE DESCRIPTIVE RESULTATS ENQUÊTE

Les résultats sur la répartition des enquêtés selon le groupe d'Age sont repartis au Tableau 2. Sur les 384 enquêtés, 374 ont répondu aux questions concernant l'âge soit un pourcentage de 97.4%. 245 sont compris entre 18-30 ans soit un pourcentage de 63.88% et 86 sont compris entre 31-41 ans soit un pourcentage de 22.4% et 18 sont compris entre 42-52 ans soit un pourcentage de 4.7% et 18 sont compris entre 53-63 ans soit un pourcentage de 4.7% et 7 sont compris entre 64 et plus soit un pourcentage de 1.8%. Nous tenons à signaler que 10 enquêtés n'ont pas répondu à cette question et qui représente un pourcentage de 2.6% et enfin, nous tenons à faire ressortir les deux extrêmes groupes d'âges ayant répondu aux questions sur l'IRSE en Haïti. Les deux groupes sont : 18-30 ayant la plus forte fréquence et 64 et plus ayant la plus faible fréquence.

**Tableau 2: répartition des enquêtés selon le Groupe d'Age sur L'IRSE en Haïti**

Groupe d'Age	Fréquences	Pourcentage
<b>18-30</b>	245	63.8%
<b>31-41</b>	86	22.4%
<b>42-52</b>	18	4.7%
<b>53-63</b>	18	4.7%
<b>64 et plus</b>	7	1.8%
<b>Total</b>	374	97.4%
<b>Manquant</b>	10	2.6%
<b>Total</b>	384	100%

**Source : Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes, 2019**

Les résultats sur la répartition des enquêtés selon leur sexe sur l'IRSE en Haïti, sont repartis au Tableau 3. Sur les 384 personnes enquêtées sur l'IRSE en Haïti, 373 ont répondu aux questions sur leur sexe soit un pourcentage de 97.1%. 213 enquêtés sont des Garçons soit un pourcentage de 55.5% et 160 sont des filles soit un pourcentage de 41.7% et enfin, 11 enquêtés n'ont pas répondu à cette question soit un pourcentage de 2.9%. Pour conclure, nous dirons que le sexe masculin était plus présent dans l'enquête

**Tableau 3: répartition des enquêtés selon leurs sexe sur L'IRSE en Haïti**

Sexes	Fréquence	Pourcentage
<b>Garçon</b>	213	55.5%
<b>Filles</b>	160	41.7%
<b>Totale</b>	373	97.1%
<b>Manquants</b>	11	2.9%
<b>Totale</b>	384	100%

**Source : Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes, 2019**

Les résultats sur la répartition des enquêtés selon leur niveau d'étude sont repartis au Tableau 4. Selon les résultats de l'enquête sur l'IRSE en Haïti, 384 enquêtés ont répondu aux questions sur leurs niveaux d'études. 116 ont un diplôme professionnel soit un pourcentage de 30.2%, 257 ont un diplôme de License soit un pourcentage de 66.9%, 9 ont un diplôme de master soit un pourcentage 2.3% et 2 ont un Diplôme de Doctorat soit un pourcentage de 0.5%. Nous tenons à faire ressortir que la grande majorité des enquêtés ayant répondu aux questions sur l'IRSE en Haïti ont des diplômes de License,

**Tableau 4: répartition des enquêtés selon leur niveau d'étude**

Niveau Etude	Fréquence	Pourcentage
Diplôme professionnel	116	30.2%
License	257	66,9%
Master	9	2.3%
Doctorat	2	0.5%
Total	384	100%

**Source : Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes, 2019**

Les résultats sur la répartition des enquêtés selon le secteur d'activité sont repartis au Tableau 5. Selon l'enquête sur la responsabilité Sociétale des entreprises en Haïti, 151 enquêtés sont dans le secteur de l'Education soit un pourcentage de 39.3%, 176 enquêtés sont dans le secteur du Business soit un pourcentage de 45.%, 57 enquêtés sont dans le secteur des ONG soit un pourcentage de 14.8%.

**Tableau 5: répartition des enquêtés selon leur secteur d'activités**

Affiliation Entreprise	Fréquence	Pourcentage
Education Secteur	151	39.32%
Business Secteur	176	45.83%
Secteur à but non lucratif	57	14.84%
Totale	384	100%

**Source : Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes, 2019**

Les résultats sur la responsabilité Sociétales des entreprises Haïtiennes en fonction des trois groupes de variables sont repartis au Tableau 6. Comme il a été déjà mentionné dans le troisième chapitre, la méthodologie dans laquelle les données sur la RSE en Haïti seront analysées, ainsi les résultats sont repartis comme suit : premièrement, pour la RSE et Environnement, la moyenne des notes attribués par les 384 enquêtés est de **2.15**, deuxièmement, pour la RSE et



Consommateurs la moyenne des notes est de **2.16** et troisièmement , pour la RSE et Communautés la moyenne des notes est de **2.57 et la moyenne Totale des trois variable est égale à 2.29**

**Tableau 6: Responsabilité Sociétales des entreprises de production de boisson énergisantes en fonction des trois groupent de variables**

	N	Moyenne	Ecart type
RSE et Environnement	384	2.15	.7969
RSE et Consommateurs	384	2.16	.8255
RSE et Communauté	384	2.57	.8876
N Valide	384		
<b>Source : Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes, 2019</b>			

**Tableau 7: RSE Totale**

	N	Moyenne	Ecart type
RSE Totale	384	<b>2.29</b>	.720
N Valide	384		
<b>Source : Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes, 2019</b>			

## **4.2 ANALYSE ANOVA**

### **4.2.1 INDEPENDENT SIMPLES T TEST**

L'Independent Simple T test, est un Test qui nous permet de comparer la moyenne de deux groupes afin de voir s'il existe une différence significative entre eux, il ne peut pas faire de comparaisons entre plus que deux groupes (Welch, B. L. 1947). Ainsi, dans le cadre de notre travail nous avons comparé les groupes « Femmes et Males » afin de voir s'il y a une différence significative entre les moyennes des deux groupes sur la RSE (test de l'égalité des moyennes) et aussi voir s'il y a eu de variance dans les notes attribuées par les deux groupes à partir du test de LEVENE sur l'égalité de Variance.

#### **Seuil de signification P value 5%**

Les résultats sur la comparaison des moyennes des Genres (Garçons, Filles) sur la RSE en Haïti sont repartis au Tableau 8. Sur les 213 Males qui ont attribué une note à la RSE en Haïti la moyenne s'élève à 2.19 avec un Ecart type de .670 et une erreur standard de .045. Ensuite, la moyenne des notes des 160 Femelles s'élèvent à 2.41 avec un Ecart type de .777 et une erreur standard de .061. En conclusion on peut dire que la différence entre les moyennes des deux groupes sont très légères et dans le tableau suivant nous allons voir si cette différence est significative ou pas en fonction du seuil de significativité P value 5%

Le test de *LEVENE* sur l'égalité des variances nous révèle que P value <0.05 donc, la variance des notes des femmes sur la RSE en Haïti n'est pas égale à la variance des notes des Males sur la RSE en Haïti ensuite pour le test d'égalité des moyenne on constate que P value <0.05 en conclusion on peut dire que la moyenne des notes des mâles et femelles sur la responsabilité sociétale en Haïti n'est pas égale.

**Tableau 8: Comparaison des Moyenne de Genre (Mâle et Femelle)**

	<b>Genre</b>	<b>N</b>	<b>Moyenne</b>	<b>Ecart type</b>	<b>Moyenne erreur standard</b>
<b>RSE Totale</b>	<b>Male</b>	213	2.19	.670	.045
	<b>Femelle</b>	160	2.41	.777	.061
<b>Source : Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes, 2019</b>					

**Tableau 9: Test de l'égalité des variances et des moyennes**

	Test de LEVENE sur l'égalité des variances		Test pour l'égalité des moyennes				
	<b>F</b>	<b>SIG</b>	<b>T</b>	<b>DDL</b>	<b>SIG</b>	<b>Différence des moyennes</b>	<b>Diff erreur standard</b>
<b>RSE Totale</b>							
Variance égale	<b>5.921</b>	<b>.015</b>	<b>-2.927</b>	<b>371</b>	<b>.004</b>	<b>-.21087</b>	<b>.07511</b>
Variance Inégale			<b>-2.867</b>	<b>313.0 19</b>	<b>.004</b>	<b>-.21087</b>	<b>.07670</b>
<b>Source : Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes, 2019</b>							

#### 4.2.2 ONE- WAY ANOVA

L'analyse de variance unidirectionnelle (ANOVA abrégée unidirectionnelle) est une technique permettant de comparer les moyennes, **en règle générale, l'analyse de variance à un facteur est utilisée pour rechercher les différences entre au moins trois groupes (Gosset, 1908). Déjà mentionné dans le chapitre 3 portant sur la méthodologie de recherche**

Le Tableau 10 nous montre la taille de l'échantillon sur la RSE en Haïti, qui est de 374 personnes a noté qu'il a eu 10 données manquants dans ce groupe, déjà précisé dans le tableau III. Les deux extrêmes groupent d'âges sont : 18-30 ans et 64 et plus. 245 personnes sont entre 18-30 ans et leurs moyennes sur la RSE en Haïti est de **2.35**. Sept personnes sont entre 64 et plus et leur moyenne sur la RSE en Haïti est de **2.23**. En conclusion, la moyenne totale des différents groupes d'âges s'élève à **2.29**.

**Tableau 10 : Statistique descriptive des moyennes des différents groupes d'âges sur la RSE en Haïti**

	<b>N</b>	<b>Moyenne</b>	<b>Ecart type</b>
<b>18-30</b>	245	2.35	.753
<b>31-41</b>	86	2.16	.706
<b>42-52</b>	18	2.25	.529
<b>53-63</b>	18	2.26	.522
<b>64 et plus</b>	7	2.23	.776
<b>Total</b>	374	2.29	.724

**Source : Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes, 2019**

Dans le tableau 11 on constate que le niveau de signification est de : **.060**, supérieure aux seuils de 5%. En conclusion, aux de seuil de 5% la variance des notes entre les différents groupes d'âges sur la RSE en Haïti sont égales.

**Tableau 11: test d'égalité de Variances des notes entre les différents groupes d'âges**

<b>Statistique de LEVENE</b>	<b>Ddl1</b>	<b>Dddl2</b>	<b>SIG</b>
2.28	4	369	<b>.060</b>
<b>Source : Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes, 2019</b>			

Dans le tableau 12 on constate que le niveau de signification est de : **0.373**, supérieure aux seuils de 5%. En conclusion, aux seuils de 5% les moyennes entre les différents groupes d'âges sur la RSE en Haïti sont égales.

**Tableau 12 : test d'égalité des moyennes entre les différents groupes d'âges**

<b>ANOVA</b>	<b>Sommes des carrées</b>	<b>DDL</b>	<b>Carré moyen</b>	<b>F</b>	<b>SIG</b>
Intergroupes	2.40	4	.560	1.067	<b>.373</b>
Intra-groupes	193.77	369	.525		
Total	196.01	373			
<b>Source : Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes, 2019</b>					

Le Tableau 13 nous montre la taille de l'échantillon et les moyennes de notes de chaque niveau d'éducatons sur la RSE en Haïti. La taille est de **384** personnes. **116** ont un diplôme Professionnel et leur moyenne de note sur la RSE en Haïti est de : **2.14** ensuite, **257** ont un diplôme de License et leur moyenne de note sur la RSE en Haïti est de : **2.56** puis **9** ont un diplôme de Master et leur moyenne de note sur la RSE en Haïti s'élève à **2,66** et enfin, **2** ont un diplôme de Doctorat, leur moyenne de note est de **1.50**.

**Tableau 13: Statistique descriptive des moyennes des différents niveaux d'éducatons sur la RSE en Haïti**

	N	Moyenne	Ecart type
Diplôme Professionnelle	116	2.14	.681
License	257	2.36	.728
Master	9	2.66	.633
Doctorat	2	1.50	.117
Total	384	2.29	.720

**Source : Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes, 2019**

Le tableau 14 nous montre que le niveau de signification est de : **0.198**, supérieure aux seuils de 5%. En conclusion, la variance des notes entre les différents Niveau d'Education sur la RSE en Haïti au seuil de 5% est égale.

**Tableau 14 : test d'égalité de Variances des notes entre les différents groupes d'âges**

<b>Statistique de LEVENE</b>	<b>Ddl1</b>	<b>Dddl2</b>	<b>SIG</b>
1.56	3	380	<b>.198</b>
<b>Source : Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes, 2019</b>			

Le tableau 15 nous montre que le niveau de signification est de : **.008**, inférieure aux seuils de 5%. En conclusion, au seuil de 5% il y a au moins une des moyennes entre les différents niveaux d'éducatons sur la RSE des entreprises de productions des boissons énergisantes en Haïti qui soit inégales.

**Tableau 15 : test d'égalité des moyennes entre les différents niveaux d'éducatons**

<b>ANOVA</b>	<b>Sommes des carrées</b>	<b>DDL</b>	<b>Carré moyen</b>	<b>F</b>	<b>SIG</b>
Intergroupes	6.098	3	2.033	4.009	<b>.008</b>
Intra-groupes	192.670	380	.507		
Total	198.768	383			
<b>Source : Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes, 2019</b>					

Tableau 16: Différence significative de Turkey (tableau 16 suite)

	<b>Education</b>	<b>Différence Moyenne</b>	<b>Erreur standard</b>	<b>SIG</b>
<b>D. Professionnelle</b>	D. Licence	-.21219	.07795	<b>.041</b>
	D. Master	-.51796	.22038	<b>.226</b>
	D. Doctorat	.64871	.10466	<b>.084</b>
<b>D. Licence</b>	D. Professionnelle	.21219	.07795	<b>.041</b>
	D. Master	-.30577	.21593	<b>.720</b>
	D. Doctorat	.86089	.09493	<b>.114</b>
<b>D. Master</b>	D. Professionnelle	.51796	.22038	<b>.226</b>
	D. Licence	.30577	.21593	<b>.720</b>
	D. Doctorat	1.16667*	.22695	<b>.004</b>
<b>D. Doctorat</b>	D. Professionnelle	-.64871	.10466	<b>.084</b>
	D. Licence	-.86089	.09493	<b>.114</b>
	D. Master	-1.16667	.22695	<b>.004</b>

Le tableau 17 nous montre la taille de l'échantillon et les moyennes de notes de par secteur d'activités sur la RSE en Haïti. La taille est de **384** personnes. **151** sont dans le secteur de l'éducation et leur moyenne de note sur la RSE en Haïti est de : **2.27** ensuite, **176** sont dans le secteur des entreprises et leur moyenne de note sur la RSE en Haïti est de : **2.35** puis **57** sont dans le secteur des ONG et leur moyenne de note sur la RSE en Haïti s'élève à **2,19**.



**Tableau 17: Statistique descriptive des moyennes des différents secteurs d'activité sur la RSE en Haïti.**

	N	Moyenne	Ecart type
Secteur Education	151	2.27	0.69
Secteur entreprise	176	2.35	0.75
ONG secteur	57	2.19	0.67
Totale	384	2.29	0.72

**Source : Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes, 2019**

Le tableau 18 nous montre que le niveau de signification est de : **0.307**, supérieure aux seuils de 5%. En conclusion, au seuil de 5% la moyenne des notes entre les différents secteurs d'activités sur la RSE en Haïti est égale.

Tableau 18 : teste d'égalité des moyennes des secteurs d'activités

<b>ANOVA</b>	<b>Sommes des carrées</b>	<b>DDL</b>	<b>Carré moyen</b>	<b>F</b>	<b>SIG</b>
Intergroupes	1.23	2	0.61	1.186	<b>0.307</b>
Intra-groupes	197.53	381	0.51		
Total	198.76	383			

**Source : Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes, 2019**

Le Tableau 19 nous montre que le niveau de signification est de : **0.371**, supérieure aux seuils de 5%. En conclusion, au seul de 5% la variance des notes entre les différents secteurs d'activités sur la RSE en Haïti est égale.

**Tableau 19: test d'égalité de Variances des notes entre les différents secteurs d'activités**

<b>Statistique de LEVENE</b>	<b>Ddl1</b>	<b>Dddl2</b>	<b>SIG</b>
1.56	2	381	<b>0.371</b>
<b>Source : Irresponsabilité Sociétale des entreprises Haïtiennes, 2019</b>			

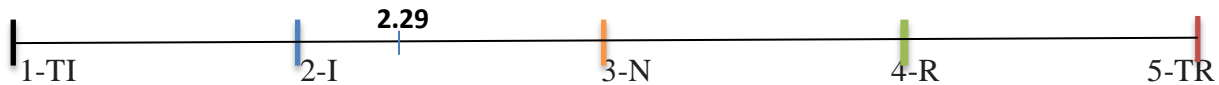
### **4.3 DISCUSSION**

Bien que dans la revue littérature nous avons relaté quelques actions sociales des entreprises productrices de boissons pourtant, les résultats de terrain de notre enquête nous révèlent que les entreprises productrices de boissons en Haïti sont irresponsables du point de vue sociétal. Premièrement pour la RSE liée au respect de l'environnement la moyenne est de 2.15 ce qui signifie, que les entreprises productrices de boissons sont irresponsables car, elles contribuent grandement à la l'insalubrité des rues et à la pollution de notre environnement. Les détritiques jonchant les artères de grandes villes ne sont pas uniquement les rejets de ménages, on peut observer des montagnes de tessons de bouteilles de boissons gazeuses, énergisantes et des déchets plastiques jonchant les artères les plus fréquentées de l'aire métropolitaine. (Nouvelliste, 2010)

Ensuite pour la RSE liée au soutien à la communauté, la moyenne est de 2.57 ce qui signifie, que les entreprises de production de boissons sont irresponsables car, elles ne s'engagent pas au sein de leurs communautés, si l'on se réfère à l'état déplorable notre environnement, de notre système d'éducation et santé, de notre agriculture, et enfin à l'insalubrité des rues etc... on pourrait même se demander où sont passés les entreprises haïtiennes en ce qui a trait à leurs responsabilités sociétales. Dans les pays sous-développés, les Etats sont dépassés par les problèmes d'ordre sociaux et environnementaux et l'Etat à lui seul ne peut pas résoudre tous ces problèmes donc, en se basant sous la mouvance de la RSE, les entreprises doivent résoudre à certains problèmes sociaux et environnementaux (Urip, 2010). Ce qui n'est pas le cas pour les entreprises haïtiennes, principalement celles évoluant dans le secteur des boissons.

Enfin pour la RSE liée au respect des consommateurs, la moyenne note est de 2.16 ce qui signifie, que les entreprises évoluant dans le secteur des boissons sont irresponsables au respect des consommateurs car, comme stipule la théorie des parties prenantes, les entreprises ne doivent pas fonctionner en vase clos, plusieurs différents acteurs, incluant ceux externes à l'entreprise, doivent être pris en considération dans les décisions relatives aux activités de l'entreprise, ce qui n'est pas le cas pour les entreprises haïtiennes, principalement celles productrices de boissons. De plus c'est entreprises ne donnent pas des informations correctes aux consommateurs en ce qui a trait à la composition de leurs produits.

***Moyenne Totale enquête RSE en Haïti : 2.29***



La moyenne totale des trois groupes de variables définis dans le questionnaire de l'enquête se trouvent dans l'intervalle de : 2 et 3. Selon notre échelle, ce résultat nous permet de montrer que les entreprises haïtiennes évoluant dans le secteur de la production des boissons sont **irresponsables**. Cette Irresponsabilité n'est pas le fruit du hasard mais est dû: à la faiblesse des parties prenantes, de l'Etat et au niveau des entreprises elles-mêmes.

En premier lieu, La faiblesse des régulateurs (Institutions, L'Etat) est aussi responsable de l'irresponsabilité sociétale des entreprises de production de boissons. Dans le pays voisin (Rep. Dominicaine) et dans toute la caraïbe, les effets néfastes sont connus et enseignés et les produits ne seront pas commercialisés sans être approuvés par les instances concernés. Mais chez nous en Haïti, il n'y a aucune cadre légale, c'est tout le contraire. Les entreprises sont indépendantes et elles font tout sans surveillance et sans aucun contrôle sévère. Elles sont libres de commercialiser leurs produits, quel que soit le dosage, quel que soit l'irrégularité, et les conséquences néfastes sur la santé et l'environnement.

L'absence de contrôle est autant sur les produits nationaux que sur les produits importés. Une situation qui n'est pas sur le point de changer tout de suite. En février 2016 des dizaines de mort ont été causés par la consommation d'un produit toxique *Clairin frelaté* ayant une ressemblance avec l'alcool consommable (Edrid St Juste, 2017). Ce n'est qu'après plus d'une trentaine de mort que le ministère s'est penché sur la question afin de trouver la cause. Ce qui veut dire que l'Etat ne fait pas de calcul préventif. Si le produit tue à petit feu ça passe.

En deuxième lieu, les consommateurs considèrent les interventions sociales des entreprises comme des faveurs imméritées et non comme des obligations. Ce qui fait qu'aucun jugement n'aura lieu en termes de compensation des méfaits socio environnementaux causés par

le mode de fonctionnement de ces entreprises. De ce fait, à cause de la faiblesse des parties prenantes les entreprises productrices de boissons ne prennent pas leurs responsabilités sociétales. Par ailleurs, si les parties prenantes étaient fortes, elles pouvaient faire pression sur ces entreprises afin de leurs forcer à prendre leurs responsabilités sociétales.

En dernier lieu, ces entreprises n'ont aucuns intérêts à investir dans la responsabilité sociétale par faute de concurrence ou l'absence de concurrence. De plus elles n'entretiennent aucunes actions visant à compenser ou à limiter leurs dégâts. Pourtant ses propres déchets plastiques contribuent à la pollution et à la dégradation de l'environnement dans lequel elle évolue.

En outre, ces entreprises se livrent dans des campagnes de publicités mensongères, afin d'attirer les consommateurs (Nouvelliste, 2015). Le principal argument Marketing des entreprises productrices de boissons énergisantes, est que ce produit peut booster les performances sportives et sexuelles, allégation fausse. Car jusqu'à cette date, il n'y a pas d'étude capable de les prouver (Nouvelliste, 2016).<sup>4</sup> De plus Nelson Rodriguez Monegro, eut à dire d'une part, que « beaucoup de gens ayant consommé le Toro, l'un des boissons énergisantes en Haïti, ont présenté des signes d'insomnie, de problèmes cardiaques, d'agressivité, de paralysie intestinale, de rétention urinaire. D'autre part, que ce produit dépasse de 300% les proportions généralement admises en ce qui attrait aux ingrédients. enfin, il ne tienne par contre des normes en vigueur (Nouvelliste, 2008)<sup>5</sup>.

Enfin, l'irresponsabilité sociétale est une pratique généralisée en Haïti d'abord, si on se réfère à la vente des produits périmés en Haïti (Nouvelliste, 2008), l'importation des produits toxiques et chimiques très nocif à l'environnement, l'importation des déchets comme (Pèpè), les Voitures usagées pour la commercialisation en Haïti. De plus, en Haïti, nous avons une culture d'irresponsabilité envers la société et l'environnement. Les gens (Population) jettent leurs déchets n'importe où, cet exemple est aussi adopté par les hôpitaux et même au sein de l'Etat

---

<sup>4</sup> Nouvelliste, 2016. Les boissons énergisantes, le gros mensonge.

<https://lenouvelliste.com/article/160508/les-boissons-energisantes-le-gros-mensonge>

<sup>5</sup> Nouvelliste, 2008. TORO interdit de vendre en République Dominicaine.

<https://lenouvelliste.com/article/53904/toro-interdite-de-vente-en-rd-quen-pense-la-brana>

avec les mairies. De plus, la population construite comme bon leur semble, sans se soucier des normes de constructions en vigueur, des zones à risques et interdite par l'ETAT.

#### **4.4-CONCLUSION**

Cette étude a été réalisée sur la thématique de la responsabilité sociétale des entreprises en Haïti. Elle visait à explorer l'irresponsabilité sociétales des entreprises Haïtiennes évoluant dans le secteur de la production de boissons ; comprendre/expliciter l'irresponsabilité sociétales des entreprises productrices de boissons due : à la Faiblesse de L'ETAT, des parties prenantes et aux entreprises elles-mêmes.

Pour ce faire, nous avons exploré le comportement des entreprises haïtiennes face à l'environnement, la société etc... par conséquent nous avons vu que les préoccupations sociales et environnementales ne font pas partie intégrante des entreprises productrices de boissons en Haïti, pourtant (Quynh Lien, 2005; V. Swaen & C. R. Chumpitaz, 2008) Stipulent que les activités industrielles ont, sans nul doute, des impacts sur l'environnement et sont également sources de risques pour la société. De plus nous avons vu que le comportement des entreprises d'aujourd'hui en Haïti n'est pas trop différents de celui des entreprises coloniales. Elles ont le même paradigme. C'est-à-dire « un marché à exploiter ».

Ensuite les résultats de l'étude sur la RSE en Haïti nous ont montré que les entreprises de production de boissons en Haïti sont *irresponsables avec une moyenne de 2.29 sur 5, analysé sur notre échelle de likert*. De plus, en se référant aux nombreux déchets plastiques des entreprises haïtiennes à travers nos rues ; la pollution de nos rivières, l'accélération de l'importation des produits au détriment de la production nationale ; la dégradation continue de notre environnement ; la commercialisation des produits périmés. Tout ceci nous a permis de déduire l'irresponsabilité sociétale des entreprises haïtiennes principalement, celles productrices de boissons. Puis une discussion sur les résultats nous ont permis de comprendre et d'expliquer que l'irresponsabilité Sociétale de ces entreprises n'est pas le fruit du hasard mais est dû à la faiblesse des parties prenantes, de l'Etat et au niveau des entreprises elles-mêmes.

Somme toute, la RSE est une pratique qui n'existe pas pleinement dans la culture des entreprises haïtiennes. Le parrainage et le sponsoring sont les modèles les plus pratiqués par ces entreprises. En conséquence, les actions des entreprises haïtiennes peuvent être qualifiées d'initiation à la RSE ou de « Stunt Publicitaire ».

Enfin, dans un pays comme le nôtre, où la notion de l'irresponsabilité sociétale des entreprises n'est pas prise en compte, le fait de trouver dans notre étude que les entreprises de production de boissons sont irresponsables. Voudrait-il dire que toutes les entreprises en Haïti le sont ? Ceci pourrait être fait l'objet d'une étude que nous encourageons vivement.

## **4.5-RECOMMANDATIONS**

Nos recommandations vont à l'endroit

➤ De L'Etat Haïtien :

- Effectuer un contrôle de qualité sur tous les produits venant de l'international ou qui sont fabriqués en Haïti
- Faire une campagne de sensibilisation sur la responsabilité sociétale des entreprises
- Implémenter des lois sur la protection de l'environnement c'est-à-dire il nous faut des lois contraignantes sur l'environnement en ce qui attrait aux matières plastiques, la pollution de l'environnement (pollueur payeur)
- Légiférer sur le contrôle des actions des entreprises, c-à-dire veille à ce que les actions des entreprises ne dépassent pas l'entendement morale et les lois en vigueur qui régissent le fonctionnement de ces dernières

➤ Aux Parties prenantes externes :

- Faire une campagne de sensibilisation sur la RSE en Haïti à travers tous les écoles, les medias, au niveau des groupent sociaux etc...
- Faire pression sur les entreprises Haïtiennes pour qu'elles prennent leurs responsabilités Sociétales
- Se grouper en association afin d'être plus forte pour faire pression sur les entreprises irresponsables
- Boycoter les produits qui ne respectent pas les normes : environnementales, Ethiques et Social etc...

➤ Aux entreprises :

- Intégrer les parties prenantes dans la prise de décision de l'entreprise comme le demande la Théorie des parties prenantes
- Respecter les normes ISO 6000 sur la RSE
- Sponsoriser les Voiries afin de compenser les dégâts causés par vos produits
- Investir socialement dans les activités durables
- Cesser les Publicités mensongères
- Respecter les droits des consommateurs



## **4.6 Limites et Suggestions Pour des Futurs Recherches**

Notre travail de recherche est limité premièrement, par la non disponibilité de données sur la RSE et L'IRSE en Haïti ensuite par la non prise en compte de toutes les causes pouvant montrer l'irresponsabilité sociétale des entreprises Haïtiennes, puis étant des professionnels à la recherche d'emploi nous nous sommes s'abstenus de ne pas pointer du doigt les entreprises irresponsable socialement en Haïti. Enfin malgré les problèmes rencontrés nous avons pu atteindre l'objectif du travail.

Comme cette étude a été menée dans le contexte des compagnies de boissons en Haïti parmi une population de classe moyenne, les études futures pourraient vouloir tester la relation proposée dans d'autres secteurs. De plus les recherches futures pourraient envisager d'analyser la RSE et L'IRSE à travers une approche Multidisciplinaire et proposer le meilleur mécanisme pour accroître la sensibilisation à la RSE et encourager les entreprises a adopté de manière stratégique la RSE par rapport aux pays en développement. En outre, il est important que les recherches futures définissent et délimitent de manière interdépendante les pratique RSE et IRSE afin de fournir des directives spécifiques aux gouvernements, ceux des pays en développement en particulier.

De plus, Comme indiqué dans la revue littérature, la corruption a des conséquences fatales sur l'environnement et la société en général. Ceci implique que la corruption peut être traitée comme un problème de RSE, étant donné ses conséquences négatives. Sur cette base nous espérons que les recherches futures analyseront pourquoi la corruption est si persistante dans de nombreux pays en développements et suggèrent des mécanismes plausibles pour dissuader la corruption ainsi que des mécanismes plausibles pour accroître la sensibilisation à la RSE. En dernier lieu, des recherches sur des liens conceptuels entre la RSE / IRSE, la corruption l'environnement institutionnel, la sensibilisation à la RSE, le niveau de pouvoir des parties prenantes et d'autres phénomènes sociaux doivent être présent en compte.

Enfin, Cette notion doit être enseignée. Les consommateurs devraient être mis au parfum pour canaliser leurs consommations. Il est grand temps d'amplifier les critères de consommation chez

ces derniers. Un thème comme « RSE, critère de consommation » pourrait être utile pour élargir leur critérium de consommation.

## BIBLIOGRAPHIE

- AlterPress. (2003). Enfants victimes de médicaments empoisonnés : la justice traîne encore. Retrieved November 24, 2015 <http://www.alterpresse.org/spip.php?article559#.VILWpPmrTIU>
- Ambraseys, N., & Bilham, R. (2011). Corruption kills. *Nature*, 469(7329), 153-155.
- Assiouras, I., Siomkos, G., Skourtis, G., & Koniordos, M. (2011). Consumer perceptions of corporate social responsibility in the Greek mobile telecommunication industry. *International Journal of Management Cases*, 13(3), 210-216. doi:<https://doi.org/10.5848/APBJ.2011.00055>
- Baucus, M. S., & Baucus, D. A. (1997). Paying the piper: An empirical examination of longer-term financial consequences of illegal corporate behavior. *Academy of Management journal*, 40(1), 129-151.
- Buchholz, T. G. (1996). *From Here to Economy: A Shortcut to Economic Literacy*: Penguin.
- Capron, M., & Quairel-Lanoizelée, F. (2004). Mythes et réalités de l'entreprise responsable. *La Découverte, Paris*.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497-505.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & society*, 38(3), 268-295.
- Christensen, J., & Murphy, R. (2004). The social irresponsibility of corporate tax avoidance: Taking CSR to the bottom line. *Development*, 47(3), 37-44. doi:10.1057/palgrave.development.1100066
- Dobers, P., & Halme, M. (2009). Corporate social responsibility and developing countries. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16(5), 237-249. doi:10.1002/csr.212
- Edward, F. R. (1984). Strategic Management: A stakeholder approach. *Boston: Pitman*, 46.

- Freeman, R. E., & Velamuri, S. R. (2006). A new approach to CSR: Company stakeholder responsibility. In *Corporate social responsibility* (pp. 9-23): Springer.
- Heald, M. (1970). *The social responsibilities of business: Company and community 1900-1960*: Transaction Publishers.
- Herzig, C., & Moon, J. (2013). Discourses on corporate social ir/responsibility in the financial sector. *Journal of Business Research*, 66(10), 1870-1880. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.02.008>
- Howard, B. (1953). Social responsibilities of the businessman. *New York, Happer & Brothers*.
- Jones, B., Bowd, R., & Tench, R. (2009). Corporate irresponsibility and corporate social responsibility: competing realities. *Social Responsibility Journal*, 5(3), 300-310. doi:10.1108/17471110910977249
- Karpoff, J. M., Lee, D. S., & Martin, G. S. (2008). The cost to firms of cooking the books. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 43(3), 581-611. doi:10.2139/ssrn.652121
- Klitgaard, R. (2010). *Addressing corruption in Haiti*: American Enterprise Institute.
- Kotchen, M., & Moon, J. J. (2012). Corporate social responsibility for irresponsibility. *The BE Journal of Economic Analysis & Policy*, 12(1). doi:10.1515/1935-1682.3308
- Lange, D., & Washburn, N. T. (2012). Understanding attributions of corporate social irresponsibility. *Academy of Management Review*, 37(2), 300-316. doi:<https://doi.org/10.5465/amr.2010.0522>
- Lien, D. Q. (2005). La responsabilité sociale de l'entreprise, pourquoi et comment ça se parle?
- Lin-Hi, N., & Müller, K. (2013). The CSR bottom line: Preventing corporate social irresponsibility. *Journal of Business Research*, 66, 1928-1936. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.02.015>
- Logsdon, J. M., & Wood, D. J. (2002). Business citizenship: From domestic to global level of analysis. *Business Ethics Quarterly*, 12(2), 155-187.
- Madrakhimova, F. S. (2013). *Evolution of the concept and definition of corporate social responsibility*. Paper presented at the Global Conference on Business & Finance Proceedings.
- Mansour, F. (2011). *La Responsabilité sociale de l'entreprise: Définitions, théories et concepts*. Thèse de la faculté de gestion et de management, Université Saint-Joseph de ...,

- Mombeuil, C. (2013). *The Effect of University Students' Perceptions of Corporate Social Responsibility (CSR) Activities on Trust toward Telecom Companies in Haiti*. 碩士 (Master),
- Mombeuil, C., & Fotiadis, A. K. (2017). Assessing the effect customer'perceptions of corporate social responsibility on customer trust within a low cultural trust context. *Social Responsibility Journal*, 13(4), 698-713. doi:10.1108/SRJ-02-2017-0032
- Mombeuil, C., Fotiadis, A. K., & Wang, Z.-h. (2019). The Pandora's box of corporate social irresponsibility-An empirical study within a failed state context. *Journal of Cleaner Production*, 234, 1306-1321. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.06.262>
- Nunez, G. (2008). *Promoting corporate social responsibility in small and medium enterprises in the Caribbean: survey results* (Vol. 3): United Nations Publications.
- Ofori, D. F., & Hinson, R. E. (2007). Corporate social responsibility (CSR) perspectives of leading firms in Ghana. *Corporate Governance*, 7(2), 178 - 193. doi:10.1108/14720700710739813
- Perks, K. J., Farache, F., Shukla, P., & Berry, A. (2013). Communicating responsibility-practicing irresponsibility in CSR advertisements. *Journal of Business Research*, 66(10), 1881-1888. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.02.009>
- Perrini, F., Castaldo, S., Misani, N., & Tencati, A. (2010). The impact of corporate social responsibility associations on trust in organic products marketed by mainstream retailers: a study of Italian consumers. *Business Strategy and the Environment*, 19(8), 512–526. doi:10.1002/bse.660
- Pivato, S., Misani, N., & Tencati, A. (2008). The impact of corporate social responsibility on consumer trust: the case of organic food. *Business Ethics*, 17(1), 3-12. doi:10.1111/j.1467-8608.2008.00515.x
- Quynh Lien, D. (2005). La responsabilité sociale de l'entreprise, pourquoi et comment ça se parle? *Communication et organisation*(26), 26-43.
- Ramachandran, V., & Walz, J. (2012). Haiti: Where Has All the Money Gone? *CGD Policy Paper*, 4.

- Riera, M., & Iborra, M. (2017). Corporate social irresponsibility: Review and conceptual boundaries. *European Journal of Management and Business Economics*, 26(2), 146-162. doi:<https://doi.org/10.1108/EJMBE-07-2017-009>
- Seraphin, H., Gowreesunkar, V., & Chaarani. (2017). Corporate Social Responsibility Practices within International Hotel Chains in Port-Au-Prince, Haiti, Caribbean. In.
- Sullivan, B. N., Haunschild, P., & Page, K. (2007). Organizations non gratae? The impact of unethical corporate acts on interorganizational networks. *Organization Science*, 18(1), 55-70. doi:10.1287/orsc.1060.0229
- Swaen, V., & Chumpitaz, C. R. (2008). L'impact de la responsabilité sociétale de l'entreprise sur la confiance des consommateurs. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 23(4), 7-35.
- Swaen, V., & Chumpitaz, R. C. (2008). Impact of corporate social responsibility on consumer trust. *Recherche et applications en marketing*, 23(4), 8-33.
- Urip, S. (Ed.) (2010). *Corporate social responsibility for a competitive edge in emerging markets*. Singapore: John Wiley & Sons (Asia) Pte. Ltd.
- Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44(2), 95-105.
- Visser, W. (2008). Corporate social responsibility in developing countries. In A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, & D. S. Siegel (Eds.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility*: Oxford
- Vollaard, B. (2017). Temporal displacement of environmental crime: Evidence from marine oil pollution. *Journal of Environmental Economics and Management*, 168-180. doi:10.1016/j.jeem.2016.11.001
- Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of management review*, 16(4), 691-718.

## ANNEXES 1 QUESTIONNAIRE

Madame/Monsieur,

Par la présente, je vous invite à contribuer à une recherche ayant pour titre *l'irresponsabilité sociétale des entreprises Haïtiennes. Principalement, celles évoluant dans la production des boissons*. Pour garder votre anonymat et la confidentialité de vos réponses, je vous prie de ne pas inscrire vos noms et prénoms, votre adresse, votre numéro de téléphone et toutes autres informations relatives au nom de votre institution d'affectation sur le questionnaire.

<b>Donner une note à chacune des propositions suivantes. Signification de la note :</b> 1= Pas du tout d'accord ; 2= Pas d'accord ; 3= Ni en désaccord ni d'accord; 4= d'accord ; 5= Tout à fait d'accord;	↓ Note
<b>RSE ET COMMUNAUTE</b>	
1. En général, les entreprises de production de boissons en Haïti se montrent publiquement prêtes à supporter la Santé.	
2. Les entreprises de production de boisson en Haïti se montrent publiquement prêtes à supporter des activités socio-culturelles.	
3. En général, les entreprises de production de boissons en Haïti se montrent publiquement prêtes à supporter l'éducation (Primaire, Secondaire, Universitaire).	
4 Les entreprises de production de boissons en Haïti se montrent publiquement prêtes à protéger le patrimoine culturel haïtien.	
<b>RSE ET CONSOMMATEUR</b>	
5 En général, les entreprises de production de boissons en Haïti respectent les droits des consommateurs(en matière de service après-vente, de garanties, d'information...)	
6 En général, les entreprises de production de boisson en Haïti donnent des informations correctes aux consommateurs sur la composition des produits	
7 En général, les entreprises de production de boissons en Haïti traitent équitablement ses Clients	
8 En général, les entreprises de production de boissons en Haïti inclus les consommateurs dans les décisions relatives aux activités de l'entreprise.	
<b>RSE ET ENVIRONNEMENT</b>	
9 En général, les entreprises de production de boissons en Haïti offrent des produits et des services qui ne compromettent pas l'environnement.	
10 En général, les entreprises de production de boissons en Haïti se montrent publiquement prêtes à apporter des solutions aux problèmes environnementaux comme : de la déforestation, l'insalubrité des rues, la pollution des mers, et des rivières.	
11 En général, les entreprises de production de boissons en Haïti sensibilisent les clients aux problèmes environnementaux de façon à ce qu'ils contribuent à la protection de l'environnement.	
12 En général, les entreprises de production de boissons en Haïti rendent leurs produits aussi écologiques que possible	

## **Partie 2 : Profil**

### **1. Genre**

- Masculin                       Féminin

### **2. Niveau éducatif actuel (le plus avancé)**

- Niveau technique (en cours/inachevé/achevé)                       Niveau License (en cours/inachevé/achevé)  
 Niveau maîtrise (en cours/inachevé/achevé)                       Niveau doctorat (en cours/inachevé/achevé)

### **3. Votre Secteur d'activités (quota d'heures le plus élevé consacré aux activités de ce secteur)**

- Éducation supérieure  
 Organisation à but lucratif  
 Le secteur à but non lucratif : ONG, association, fondation, et groupes organisés de la société civile  
  
 Autre secteur

### **4. Votre âge se trouve entre :**

- [18-30]       [31-41]       [42-52]       [53-63]       plus de 64
- 

**Merci pour votre participation !**