

Évidences empiriques de l'apport de la RSE dans l'amélioration de la compétitivité des entreprises algériennes

AZOUAOU Lamia ¹

LEBRAGUE Riad Mohamed ^{2*}

1. École Supérieure de Commerce d'Alger, (Algérie), l_azouaou@esc-alger.dz

2. Université de Tlemcen, (Algérie), riad_lebrague@hotmail.fr

Soumis le : 01/03/2021

Accepté le : 05/05/2021

Publié le : 18/06/2021

Résumé :

L'objectif de cette recherche est d'analyser la contribution de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) dans l'amélioration de la compétitivité des entreprises algériennes. Pour cela, nous avons organisé notre travail en deux parties. Nous présenterons d'abord une revue de la littérature afin de mettre en évidence les deux principaux concepts utilisés dans notre recherche, à savoir : la RSE et la compétitivité des entreprises. Dans un second temps, après avoir présenté la méthodologie adoptée, nous tenterons de présenter l'échantillon utilisé dans l'étude empirique et montrerons l'intérêt de notre analyse. En effet, notre étude est basée sur des données de panel des entreprises ayant mis en place une démarche RSE, observées de 2007 à 2016. Après une analyse économétrique à l'aide du programme EVIEWS 7, les résultats ont révélé que la RSE avait globalement un effet positif sur la compétitivité des entreprises.

Mots-clés : compétitivité ; responsabilité sociale de l'entreprise ; entreprises Algériennes ; données de panel.

Classification JEL : M14 ; D41.

* : *Corresponding author.*

Empirical evidence of the contribution of CSR to improving the competitiveness of Algerian companies

AZOUAOU Lamia ^{1*}

LEBRAGUE Riad Mohamed ²

1. Higher School of Commerce, (Algeria), l_azouaou@esc-alger.dz

2. University of Tlemcen, (Algeria), riad_lebrague@hotmail.fr

Received: 01/03/2021

Accepted: 2021-05-05

Published: 18/06/2021

Abstract:

The objective of this research is to analyze the contribution of Corporate Social Responsibility (CSR) in improving the competitiveness of Algerian companies. To achieve this objective, first we shall present a literature review to highlight the two main concepts used in our research, namely: CSR and business competitiveness. Secondly, after presenting the methodology adopted, we will attempt to present the sample used in the empirical study and show the interest of our analysis. Our study is based on panel data collected from published accounting and financial data of enterprises that have implemented a CSR approach, observed from 2007 to 2016. After an econometric analysis using the program EVIEWS 7, the results revealed that CSR had an overall positive effect on the competitiveness of enterprises.

Keywords: competitiveness, corporate social responsibility, Algerian enterprises, panel data.

JEL classification codes: M14; D41.

* : *Corresponding author.*

Introduction

Dans un contexte économique de plus en plus concurrentiel et complexe, la préoccupation des dirigeants algériens ne semble pas nécessairement orientée vers l'engagement dans une stratégie de Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE). Pourtant, depuis près d'une décennie, les actions de mise en œuvre de démarches RSE se multiplient et se situent davantage comme voies de positionnement visant notamment une meilleure implication et contribution dans la réalisation des attentes de la société et, de plus, une exploitation plus accrue des effets de synergie engendrés par cette implication. Ce manque d'implication semble être lié en partie au fait que l'impact de cette stratégie soit encore méconnu par les chefs d'entreprise.

Notre article tente de pallier au manque d'études quantitatives en proposant l'estimation, via un modèle économétrique, de l'incidence des stratégies RSE sur la compétitivité des entreprises algériennes ayant adopté une telle démarche.

Cette étude se propose également comme une ouverture au débat sur un sujet qui continue à alimenter l'actualité, dans la mesure où les travaux liés à l'impact de la RSE sur la compétitivité des entreprises n'ont pas atteint le consensus scientifique escompté.

Dans cette perspective, nous tenterons de répondre dans notre article à la problématique suivante :

Quelle est la contribution de l'adoption d'une stratégie RSE dans l'amélioration de la compétitivité des entreprises algériennes ?

Etat de l'art :

L'objectif de notre travail n'est pas de passer en revue les différentes approches ayant tenté de donner un sens aux deux notions très polémiques (RSE et compétitivité) de notre étude, mais plutôt d'expliquer le lien à la fois interactif et corrélatif entre elles.

Le premier concept de notre étude, à savoir la RSE, a connu un développement théorique qui s'étend sur plusieurs décennies (Carroll, 1979) ; (Wood, 1991) ; (Lapalle, 2012) et qui s'est distingué par différents courants de pensée. Cependant, pour les besoins de notre recherche, nous nous référons à la définition donnée par ISO 26000 qui considère la RSE comme étant « *sa responsabilité vis-à-vis des impacts de ses décisions et activités sur la société et sur l'environnement, se traduisant par un comportement éthique et transparent qui : contribue au développement durable, à la santé et au bien-être de la société ; prend en compte les attentes des parties prenantes ; respecte les lois en vigueur et est en accord avec les normes internationales de comportement ; et est intégré dans l'ensemble de l'organisation et mis en œuvre dans ses relations.* ». (e-rse, 2020)

Le deuxième concept de notre étude, à savoir « la compétitivité » ; est depuis quelques décennies déjà, sujet à de nombreuses controverses théoriques alimentées par différents chercheurs en sciences de gestion et en sciences économiques. Utilisée pour déterminer la situation économique dans laquelle se trouve un pays, une industrie, une entreprise, un produit et/ou un service, la compétitivité est devenue le mot phare pour décrire plusieurs situations à tous les niveaux économiques. Dans cette étude, nous nous focalisons sur l'analyse de la compétitivité au niveau micro-économique. Cette dernière a également fait l'objet d'une controverse née des différentes approches quant à la justification de son fondement. Certains auteurs (Martinet, 1981) ; (Pascallon, 1984) se référant à la concurrence, d'autres (Lesca, 1986) ; (Bellon, 1991) lui associent la stratégie de l'entreprise, un troisième groupe d'auteurs (Fouquin, 1986) ; (Porter,

1986) se réfère aux facteurs qui permettent d'identifier et d'obtenir la compétitivité (Coût, différenciation...).

Malgré la diversité des définitions relevées dans la littérature, elles sont généralement concordantes sur le fondement multidimensionnel de la compétitivité (Ambastha & Momaya, 2004) qui est « l'efficacité relative à la concurrence » (Chekki, 1992, p. 58). La majorité de ces recherches tend à attribuer les raisons du succès à une source particulière et explique la compétitivité de certaines entreprises par un seul facteur. Ce facteur pouvant être le prix ou le hors prix.

Par ailleurs, considérer la RSE comme levier ou frein à la compétitivité des entreprises est un sujet qui demeure polémique dans les recherches récentes. La multitude d'études réalisées dans des contextes économiques et échantillons d'entreprises très hétérogènes analysent le lien entre la RSE et la performance économique et financière des entreprises. Leurs résultats démontrent parfois un impact positif (Griffin & Mahon, 1997) ; (Mc Williams & Siegel, 2001) ; (Margolis, Elfenbein, & Walsh, 2011) ; (Lahmini & Ibenrissoul, 2016) parfois négatif, voire même l'absence d'impact.

Cependant, très peu d'auteurs intègrent l'amélioration des gains en compétitivité dans leurs recherches. D'ailleurs, l'analyse des travaux en la matière démontre des résultats controversés et très confus (Mackey, Mackey, & Barney, 2007) ; (Preston & O'Bannon, 1997) ; (Porter & Kramer, 2006) ; (Van de Ven & Jeurissen, 2005) ; (Vilanova, Lozano, & Arenas, 2009). Une grande diversité dans les méthodes et outils d'analyse ainsi que dans les échantillons et les contextes.

Plusieurs auteurs (Petrovic-Randelovic, Stevanovic, & Ivanovic-Dukic, 2015) ; (Ghosh, Liang, Meng, & Chan, 2001) ont conclu dans leurs recherches qu'une relation positive existe entre la stratégie RSE et l'acquisition d'avantages concurrentiels pour les entreprises. Par contre, en 2005, Allouche et Laroche ont déduit à travers leur étude que la mise en place d'une stratégie RSE avait pour conséquence d'engendrer pour les entreprises des coûts supplémentaires qui peuvent parfois induire des effets négatifs sur la compétitivité.

Dans une importante étude largement citée et développée, (Vilanova, Lozano, & Arenas, 2009) considèrent que la relation entre la RSE et la compétitivité des entreprises est principalement basée sur la mise en œuvre d'un processus de réflexion stratégique ainsi que la gestion de l'ensemble des parties prenantes. Par exemple, (El Aouadi, 2016) a démontré, l'existence d'un impact positif entre le couple (RSE-Compétitivité) uniquement au-dessus d'un certain seuil au niveau de l'attention des investisseurs. (Battaglia, Testa, Bianchi, Iraldo, & Frey, 2014) ont analysé l'impact de la RSE sur la compétitivité de 213 PME (françaises et allemandes) à travers une étude quantitative relevant une corrélation significative entre les deux variables, particulièrement au niveau des processus d'innovation tant du point de vue technique qu'organisationnel, et des performances intangibles.

Une récente étude publiée en janvier 2016 par France Stratégie, analyse l'impact de l'implication dans la RSE à travers un échantillon d'environ 8500 entreprises françaises dans l'objectif de démontrer la compatibilité de la préoccupation de la RSE pour les entreprises avec la recherche de gains en compétitivité. Les auteurs de l'étude ont conclu après avoir réalisé plusieurs estimations et régressions que « *la RSE procure un gain de performance en moyenne de l'ordre de 13% par rapport aux entreprises qui ne l'introduisent pas...au-delà des déclarations de principes, un véritable enjeu concret et tangible pour les entreprises.* » (Benhamou & Diaye, 2016, p. 101)

Méthodologie et données

1. Méthodologie de l'étude

En juin 2011, date du lancement du projet RS MENA³, (visant à inciter 8 pays⁴ de la région MENA à l'**utilisation de la norme ISO 26000**) et jusqu'à la fin 2014, 16 entreprises pilotes algériennes se sont intéressées à la mise en application de la norme ISO 26000. Il est à noter que cette norme donne aux organisations uniquement les lignes directrices et des recommandations de bonnes pratiques pour opérer de manière socialement responsable. Aucune certification ISO 26000 n'est attribuée.

Dans une logique d'incitation et de continuité, l'Institut Algérien de Gouvernance d'Entreprise « Hawkama El Djazair » et l'Observatoire Français de la Responsabilité Sociétale des entreprises « ORSE » ont lancé en mars 2014 la première plateforme (en ligne) RSE en Algérie ayant comme objectif de « *donner de la visibilité aux bonnes pratiques des entreprises ; présenter les divers instruments et référentiels existants sur la RSE et le développement durable ; valoriser les initiatives algériennes publiques et privées sur la RSE et le développement durable.* » (rse-algerie, 2020). Toutefois, adopter les pratiques de la RSE par les entreprises algériennes, reste encore à un stade d'évolution très faible.

Afin de réaliser notre objectif d'évaluation de l'impact de la RSE sur la compétitivité des entreprises algériennes ayant adopté une telle stratégie et mis en œuvre une démarche conséquente, notre travail s'est déployé sur deux étapes (Azouaou & Hamessi, 2018):

La première étape est consacrée au recensement des entreprises ayant adopté une stratégie RSE de manière explicite et volontaire (dans le cadre de la norme ISO 26000) depuis au moins quatre années et la seconde étape est axée sur la constitution de la base de données qui servira de référence à la mise en œuvre notre méthode d'évaluation.

Pour réaliser nos estimations, nous avons opté pour l'utilisation de l'analyse univariée des données de panel. Cette dernière consiste, à étudier uniquement l'incidence de la variable (RSE) sur la compétitivité des entreprises, et ce, sur les quatre années ayant précédé son engagement dans cette démarche et ensuite les quatre années d'adoption et de mise en œuvre.

Notre analyse empirique utilise des données annuelles. Chaque entreprise est observée pendant une période qui s'étale sur 9 années (l'étude s'étale sur la période entre 2007 et 2016). Les données qui nous intéressent (données comptables et financières) dans notre étude, sont principalement extraites des bilans et des tableaux des comptes de résultats (TCR).

2. Champ de l'étude et critères d'analyse

Partant du principe que la compétitivité est une notion stratégique fondée sur la recherche d'avantages concurrentiels sur le long terme, et du fait que la performance économique et financière a souvent été appelée comme substitut de la compétitivité et indicateur de mesure le plus pertinent de la compétitivité des entreprises à long terme (Porter, 1990) ; (Megginson, Nash, & Van Randenborgh, 1994) ; (Bennaceur, Ghazouani, M'henni, & Ben Youssef, 2007) ; (Azouaou, 2012), nous allons nous focaliser dans notre recherche sur l'analyse de la compétitivité

³ MENA : Middle East & North Africa

⁴ L'Algérie, l'Égypte, l'Irak, la Jordanie, le Liban, le Maroc, la Tunisie, la Syrie

prix des entreprises de notre échantillon d'étude. L'objectif est de montrer qu'au-delà de l'aspect immatériel (convictions et vision des managers, culture de l'entreprise, ...) adhérer à une stratégie RSE peut permettre à l'entreprise de réaliser des gains en compétitivité et d'acquérir des avantages concurrentiels. D'ailleurs, il est même recommandé d'intégrer la RSE dans la stratégie globale des entreprises (Porter & Kramer, 2006).

Pour les besoins de notre étude, nous avons retenu les critères d'évaluation suivants :

- La valeur ajoutée (VA) ;
- La rentabilité des Fonds Propres (ROE) ;
- La rentabilité des ventes (ROS) ;
- La rentabilité économique (ROA).

Notre modèle de régression simple peut être défini principalement par l'examen du lien entre seulement deux variables, une variable (y) dite dépendante ou à expliquer et une seule variable (x) indépendante ou explicative. Selon le modèle simple, l'hypothèse à tester peut-être spécifiée par la fonction suivante :

$$\text{Indicateur de compétitivité} = f(RSE)$$

Donc, le modèle théorique peut être écrit de la manière suivante :

$$y_{it} = \beta_0 + \beta_1 RSE_{it} + u_i + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Avec :

La variable à expliquer y_{it} est la compétitivité de l'entreprise i observée durant la période t .

La variable explicative : RSE_{it} représente la responsabilité sociale de l'entreprise i au temps t . Elle prend la valeur 1 si l'entreprise a adopté la RSE à l'année t et la valeur 0 si l'entreprise n'a pas adopté la RSE à l'année t .

$$RSE_{it} = \begin{cases} 1, & \text{si l'entreprise suit une stratégie RSE} \\ 0, & \text{si non} \end{cases}$$

β_0, β_1 : sont des paramètres à estimer

ε_{it} est le terme d'erreur aléatoire supposé être distribué selon une loi normale $\varepsilon_{it} \approx N[0, \sigma]$ avec σ qui est l'écart type.

η_i : sont les effets spécifiques non observés.

L'équation (1) est estimée, pour chaque indicateur de compétitivité, en utilisant les techniques d'économétrie de données de panel basées principalement sur la méthode des Moindres Carrés Ordinaires (MCO). Cette méthode consiste à minimiser la somme carrée des erreurs. Elle est formalisée par l'équation suivante (Carter, Griffiths, & Lim, 2008, pp. 21-22):

$$\text{Min} \sum_{i=1}^n \varepsilon_i^2 = \text{Min} \sum_{i=1}^n (y_i - \beta_0 - \beta_1 x_i)^2 = \text{Min} \sum_{i=1}^n S_i^2 \quad (2)$$

Afin de minimiser cette fonction, on opère par dérivation par rapport à β_0, β_1 on obtient les estimateurs suivants :

$$\hat{\beta}_1 = \frac{\sum xy - n\bar{x}\bar{y}}{\sum x^2 - n\bar{x}^2} \quad (3)$$

$$\hat{\beta}_0 = \bar{y} - \hat{\beta}_1\bar{x} \quad (4)$$

Donc le modèle estimé peut être écrit ainsi

$$y_{it} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 RSE_{it} + e_{it} \quad (5)$$

Après l'estimation de la fonction (1), l'analyse se focalise essentiellement sur le coefficient estimé de la RSE ($\hat{\beta}_1$).

Si $\hat{\beta}_1 > 0$, il y a lieu d'observer une relation positive entre la RSE et la compétitivité de l'entreprise, donc la RSE a permis d'améliorer l'indicateur de compétitivité (sauf indication contraire). Inversement, si le coefficient estimé est négatif alors il y a lieu d'observer d'une relation négative entre les deux variables définies ci-dessus, donc la RSE a réduit le niveau de compétitivité des entreprises.

Sinon ($\hat{\beta}_1 = 0$) il n'y a pas de relation entre les deux variables, donc la RSE n'a aucun effet sur la compétitivité des entreprises.

Table N°1
Présentation des modèles de l'analyse

Modèle	Formulation
Modèle 1	ROA= c + β (RSE) _{it} + ϵ
Modèle 2	ROE= c + β (RSE) _{it} + ϵ
Modèle 3	ROS= c + β (RSE) _{it} + ϵ
Modèle 4	VA= c + β (RSE) _{it} + ϵ

Source : établi par les auteurs

3. Statistiques descriptives des indicateurs de compétitivité

Les principales caractéristiques statistiques de base des variables de l'étude ; en l'occurrence : les valeurs moyennes, minimales, maximales, et médianes et leurs écarts types pour l'ensemble des entreprises étudiées, sont présentées dans le tableau suivant :

L'analyse du tableau N°2 indique qu'en moyenne, la rentabilité économique des entreprises étudiées sur la période 2007-2016 s'élève à 22,38%, la rentabilité des fonds propres s'élève à 69,27%, la rentabilité des ventes est de l'ordre de 14,21%, la valeur ajoutée moyenne est de 60,34%.

Table N°2

Statistiques descriptives des indicateurs de compétitivité de notre échantillon d'étude

	ROA	ROE	ROS	VA
Moyenne	0.223781	0.692678	0.142018	0.603353
Médiane	0.164700	0.389300	0.123700	0.396950
Maximum	1.138100	3.521100	0.496000	1.831200
Minimum	0.010100	0.100900	0.010300	0.011200
Ecart-type	0.185589	0.672993	0.110954	0.491385
Observations	144	144	144	144

Source : établi par les auteurs à partir des données d'Eviews 7

Nous avons scindé notre échantillon global en deux groupes. Le premier groupe concerne la période avant l'instauration d'une stratégie de RSE. Tandis que le deuxième groupe représente les données des entreprises étudiées, observées à partir de la 5^{ème} année d'étude, c'est-à-dire l'année à partir de laquelle l'ensemble des entreprises ont commencé à appliquer une stratégie RSE. Les statistiques descriptives des variables étudiées pour les deux groupes sont présentés dans les tableaux 3 et 4 :

Table N°3

Statistiques descriptives des entreprises étudiées avant la date d'adoption de la RSE

	ROA	ROE	ROS	VA
Moyenne	0.180919	0.628717	0.114133	0.526650
Médiane	0.136050	0.282450	0.090100	0.305450
Maximum	0.762500	2.324900	0.339800	1.415100
Minimum	0.012500	0.100900	0.010300	0.011200
Ecart-type	0.167975	0.642597	0.092734	0.420578
Observations	64	64	64	64

Source : établi par les auteurs à partir des données d'Eviews 7

Table N°4

Statistiques descriptives des entreprises étudiées à partir de la date d'adoption de la RSE

	ROA	ROE	ROS	VA
Moyenne	0.258071	0.743848	0.164326	0.664716
Médiane	0.185800	0.424500	0.132500	0.548700
Maximum	1.138100	3.521100	0.496000	1.831200
Minimum	0.010100	0.147800	0.011700	0.059800
Ecart-type	0.192787	0.696115	0.119550	0.536126
Observations	80	80	80	80

Source : établi par les auteurs à partir des données d'Eviews 7

L'étude du tableau n°3 précise qu'en moyenne la rentabilité économique des entreprises du premier groupe s'élève à 18,09%, la rentabilité des fonds propres s'élève à 62,87%, la rentabilité des ventes est de l'ordre de 11,41%, la valeur ajoutée moyenne est de 52,67%. Par contre, l'analyse des données du deuxième groupe, indique qu'en moyenne, la rentabilité économique des entreprises étudiées sur cette période s'élève à 25,81%, la rentabilité des fonds propres s'élève

à 74,38%, la rentabilité des ventes est de l'ordre de 16,43%, la valeur ajoutée moyenne est de 66,47%.

Les données des tableaux n°2 et 3,4, montrent que la rentabilité économique moyenne des entreprises étudiées durant la période réduite (c'est-à-dire à partir de l'année d'adoption de la stratégie RSE) est supérieure à celle de la totalité de la période étudiée (25,81% contre 22,38%). Il en est de même pour la rentabilité moyenne des fonds propres (74,38% contre 69,27%), la rentabilité moyenne des ventes (16,43% contre 14,2%), la valeur ajoutée moyenne (66,47% contre 60,33%).

Les données des tableaux n°2 et 3, 4, montrent que la rentabilité économique moyenne des entreprises étudiées du deuxième groupe est supérieure à celle du premier groupe (25,81% contre 18,09%), et elle est même supérieure comparativement aux données de l'échantillon global. Il en est de même pour la rentabilité moyenne des fonds propres (74,38% contre 62,87%), la rentabilité moyenne des ventes (16,43% contre 11,41%), la valeur ajoutée moyenne (66,47% contre 52,67%).

Globalement, les entreprises observées après l'adoption d'une stratégie RSE affichent en moyenne une nette amélioration dans la majorité des indicateurs de compétitivité utilisés dans notre étude.

Résultats et discussions

Il existe plusieurs méthodes pour estimer des modèles linéaires (simples ou multiples) avec un échantillon de données de panel. Le test standard de spécification d'Hausman nous permet de décider quel modèle est le mieux approprié à estimer (modèle à effets aléatoires/fixes). Néanmoins, puisque cette étude est axée sur une seule variable explicative muette (dummy), le modèle approprié est le modèle à effets fixes. Ainsi, l'estimation des modèles (pour l'échantillon global) à effets fixes à l'aide du logiciel *Eviews 7* avec les variables retenues donne les résultats suivants :

Table N°5

Résultats de la régression univariée

Modèle	Modèle 1	Modèle 2	Modèle 3	Modèle 4
Variables dépendantes	ROA	ROE	ROS	VA
Variables indépendantes				
Constante	-0.0089 (0.0241)	0.0174 (0.034)	0.1141*** (0.007)	0.5266*** (0.023)
RSE	0.0323 (0.0306)	0.0144 (0.0435)	0.0502*** (0.009)	0.138*** (0.017)
R²	0.05	0.008	0.76	0.93
R² Ajusté	-0.08	-0.13	0.73	0.92
F-statistique	0.37	0.05	24.69	109.44
Prob (F-statistique)	0.98	1	0.000	0.000
DW stat	2.54	2.57	2.08	1.44
Prob statistique H	1.000	1.000	1.000	1.000
Observations	128	128	166	166

Source : établi par les auteurs à partir des données d'Eviews 7

La statistique F correspond au test de significativité globale des coefficients de régression.

Le test F (valable pour les spécifications à effets fixes) est utilisé afin de confirmer la significativité de l'hétérogénéité des entreprises.

L'acceptation de l'hypothèse alternative signifie que les constantes individuelles ne peuvent pas être égales.

La statistique H est relative au test de Hausman permettant la comparaison entre les spécifications à effets fixes et à effets aléatoires. L'hypothèse nulle indique que les spécifications à effets fixes sont plus efficaces (les probabilités du test sont toutes égales à 1, car on dispose d'une seule variable explicative muette)

- ***Résultat significatif au seuil de 1% ;
- ** Résultat significatif au seuil de 5% ;
- * Résultat significatif au seuil de 10%.

L'analyse du tableau n°5, indique que les trois derniers modèles (3,4 et 5) confirment l'impact positif de la RSE sur la compétitivité des entreprises étudiées avec R^2 qui s'élèvent respectivement à 76%, 93% et 22%. Dans les modèles 3 et 4, la variable RSE a un effet positif ($\beta_{1,3}=0.0502$; $\beta_{1,4}=0.138$ respectivement). Toutefois, elle est statistiquement significative au seuil de 1%. En revanche, dans les modèles 1 et 2, l'effet de la RSE est statistiquement non significatif.

À l'instar de (Lahmini & Ibenrissoul, 2016) et afin de vérifier la validité des différents tests statistiques utilisés dans notre étude, nous avons suivi la démarche de (Quatraro, 2011) qui précise que, « *l'autocorrélation des erreurs se rencontre essentiellement dans les modèles en série temporelles où l'influence d'une erreur est due à une mauvaise spécification. De ce fait, la détection des anomalies d'autocorrélation des erreurs ne peut s'effectuer qu'à partir de l'analyse des résidus...Le test de Durbin et Watson permet de détecter une autocorrélation des erreurs d'ordre 1* ». Dans notre cas, les seuils critiques de la statistique DW (1 ; 260) lus dans la table Durbin Watson sont de l'ordre (1,758/1,779).

Par conséquent, les seuils où l'hypothèse H_0 est acceptée sont (1,779 ; 2,221) pour les modèles 3,4, compte tenu des résultats, il y a absence d'autocorrélation des erreurs dans les modèles 3,4.

Pour conclure et d'après l'analyse du test de Fisher, les modèles 3,4, sont tous significatifs (p-value de 0.00, 0.00 et 0.007). Par contre, pour les deux premiers modèles, leur p-value de la statistique de Fisher est largement supérieure au seuil (0.98 et 1.00), ce qui signifie que les modèles 1 et 2 sont rejetés.

Conclusion

Cette étude poursuit deux principaux objectifs ; d'une part elle vise à montrer que l'engagement dans une stratégie RSE convenablement ciblé engendre un impact positif significatif sur la compétitivité des entreprises. D'autre part, l'étude tente de pallier le manque de recherches scientifiques relatives à l'impact de l'adoption d'une stratégie RSE sur la compétitivité des entreprises algériennes.

À travers les résultats de cette étude, nous projetons de susciter une prise de conscience chez les managers algériens sur les conséquences positives d'une démarche RSE et d'apporter également une contribution scientifique sur l'évaluation de l'impact des stratégies RSE dans un contexte d'économie en transition où la turbulence de l'environnement amène les managers à négliger l'incidence d'une intégration sociale et responsable.

En effet, d'après notre analyse économétrique, il ressort que la RSE exerce un effet significatif et positif sur la majorité des indicateurs utilisés (la valeur ajoutée, la rentabilité des ventes).

Malgré certaines insuffisances liées à la taille de notre échantillon, le nombre limité de variables représentatives de la compétitivité des entreprises, notre étude met en évidence l'impact positif de l'instauration d'une stratégie RSE par les entreprises algériennes. Des résultats qui sont susceptibles de motiver la réalisation d'autres recherches sur des échantillons nettement plus importants et un nombre plus conséquent des variables analysées.

Ceci constitue en soi une piste de recherche qui pourrait être empruntée pour procurer assez d'éclairages sur ces nouveaux phénomènes.

Références :

- Allouche, J., & Laroche, P. (2005). Responsabilité sociale et performance financière des entreprises : une synthèse de la littérature. *Responsabilité sociale des entreprises : réalité, mythe ou mystification ?* Nancy, France.
- Ambastha, A., & Momaya, K. (2004). Competitiveness of Firms: Review of theory, frameworks and models. *Singapore Management Review*, 26(1), 45-61.
- Aupperle, K. E., Carroll, A. B., & Hatfield, J. D. (1985). An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability. *Academy of Management Journal*, 28 (2), 446-463.
- Azouaou, L. (2012). *compétitivité et mise à niveau des entreprises dans les économies en transition : le cas de l'Algérie*. thèse de Doctorat en Sciences Économiques: Université de la Sorbonne-Nouvelle.
- Azouaou, L., & Hamessi, O. (2018). Impact de la RSE sur la compétitivité des entreprises algériennes : analyse à partir de données de panel. *RSE et gouvernance*. Paris.
- Battaglia, M., Testa, F., Bianchi, L., Iraldo, F., & Frey, M. (2014). Corporate Social Responsibility and Competitiveness within SMEs of the Fashion Industry : Evidence from Italy and France. *Sustainability*, 6, 872-893.
- Bellon, B. (1991). La compétitivité. Dans R. Aréna, J. De Bandt, & L. Benzoni, *Traité d'économie industrielle* (pp. 482-496). Paris: Édition Économica.
- Benhamou, S., & Diaye, M. A. (2016). *Responsabilité sociale des entreprises et compétitivité : évaluation et approche stratégique*. Récupéré sur France stratégie: http://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/fs_etude_rse_finale.pdf

- Bennaceur, S., Ghazouani, S., M'henni, H., & Ben Youssef, A. (2007). *Évaluation des politiques de mise à niveau des entreprises de la rive sud de la Méditerranée : les cas de l'Algérie, l'Égypte, le Maroc et la Tunisie*. Research n°FEM31-05: FEMISE.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the businessman*. New York: Harper & Brothers.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Carter, H. R., Griffiths, W. E., & Lim, G. C. (2008). *Principles of Econometrics*. John Wiley & Sons, Inc.
- Chekki, A. (1992). *Dynamique de développement des exportations, cas de la PMI en Tunisie*. Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion: Université Paris 1, Panthéon Sorbonne.
- David, P., & Koleva, P. (2006). la responsabilité sociale des entreprises : limites de la formation managériale et réalités du terrain. Quels enseignements des pays Européens en transition ? *Les Cahiers de Préludes*, 8, 125-142.
- El Aouadi, A. (2016). *When CSR meets the stock market : the role of investor attention*. thèse de Doctorat en Sciences de Gestion: Université Clermont Ferrand 1.
- e-rse. (2019, 07 26). *rse-definition*. Récupéré sur e-rse: <https://e-rse.net/definitions/rse-definition/#gs.1U06EjE>
- e-rse. (2020, 11 19). Récupéré sur <https://e-rse.net/definitions/rse-definition/#gs.1U06EjE>
- Fouquin, M. (1986). *Industrie mondiale : la compétitivité à tout prix*. Paris: Éditions Économica.
- Ghosh, B., Liang, T., Meng, T., & Chan, B. (2001). The key success factors, distinctive capabilities and strategic thrusts of top SMEs. *Singapor Journal of Business Research*, 51(3), 201-219.
- Griffin, J., & Mahon, J. (1997). The corporate social performance and corporate financial performance debate: twenty-five years of incomparable Research. *Journal of Business and Society*, 36(1), 5-31.
- Lahmini, H. M., & Ibenrissoul, A. (2016). Y a-t-il un impact de la RSE sur la performance financière de l'entreprise : étude empirique sur les sociétés marocaines cotées à la bourse de Casablanca. *13ème congrès de l'ADERSE*. Lyon, France. Récupéré sur <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01351951>
- Lapalle, M. (2012). *Étude des impacts de la démarche globale de RSE sur les attitudes et comportements des parties prenantes internes et externes de l'organisation : salariés, clients et militants. : le cas d'une entreprise de l'économie sociale : la MAIF*. thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université Toulouse 1, Capitole. Récupéré sur <http://publications.ut-capitole.fr/7106/>
- Lesca, H. (1986). *Structure et Système d'Informations : facteurs de compétitivité de l'entreprise*. Éditions Masson.

- Mackey, A., Mackey, T. B., & Barney, J. B. (2007). Corporate Social Responsibility and Firm Performance : Investor Preferences and Corporate Strategies. *Academy of Management Review*, 32(3), 817-835.
- Margolis, J. D., Elfenbein, H. A., & Walsh, J. P. (2011). Does it pay to be good? A meta-analysis and redirection of research on the relationship between corporate social and financial performance. *Ann Arbor*, 1001(48109-1234). doi:10.2139/ssrn.1866371
- Martinet, A. C. (1981). Coûts industriels et entreprise compétitive. *Cahiers Lyonnais de Recherche en Gestion*, 4, 139-165.
- Mc Williams, A., & Siegel, D. (2001). corporate social responsibility: a theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117-128.
- Meggison, W. L., Nash, R. C., & Van Randenborgh, M. (1994). The Financial and Operating Performance of Newly Privatized Firms: An International Empirical Analysis. *The Journal of Finance*, 49(2), 403-452.
- Mohr, L. A. (1996). corporate social responsibility : competitive disadvantage or advantage? *Marketing and Public Policy Conference*. Chicago: Ronald Paul Hill and Charles Ray Taylor: American Marketing Association.
- Moore, G. (2001). Corporate Social and Financial Performance: An Investigation in the U.K. Supermarket Industry. *Journal of Business Ethics*, 34(3), 299-315.
- Pascallon, P. (1984). L'assurance qualité facteur de compétitivité ? Dans R. Percerou, *Entreprise, gestion et compétitivité des entreprises*. Édition Économica.
- Petrovic-Randelovic, M., Stevanovic, T., & Ivanovic-Dukic, M. (2015). Impact of Corporate social responsibility of the competitiveness of multinational corporations. *Procedia Economics and Finance*, 19, 332-341.
- Porter, M. E. (1986). *l'avantage concurrentiel*. Paris: Inter éditions, .
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard business review*, 73-91.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- Preston, L. E., & O'Bannon, D. P. (1997). The corporate social-financial performance relationship: a typology and analysis. *Business and Society*, 36, 419-429.
- Quatraro, F. (2011). *Econométrie*. Récupéré sur support de cours M1, Université Nice, Sophia Antipolis:
http://hp.gredeg.cnrs.fr/Francesco_Quatraro/Cours%20%C3%A9conom%C3%A9trie/%C3%A9conom%C3%A9trie%2005.pdf
- rse-algerie. (2020, 12 26). Récupéré sur <http://www.rse-algerie.org/>
- Van de Ven, B., & Jeurissen, R. (2005). Competing Responsibly. *Business Ethics Quarterly*, 15(2), 299-317.

- Vilanova, M., Lozano, J. M., & Arenas, D. (2009). Exploring the nature of relationship between CSR and competitiveness. *Journal Business Ethics*, 87(1), 57-69.
- Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of management Review*, 16(4), 691–718.
- Wood, D. J. (2010). Measuring Corporate Social Performance: A Review. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 50-84.
- Zairi, M., & Peters, J. (2002). The Impact of Social Responsibility on Business Performance. *Managerial Auditing Journal*, 17(4), 174-178.