



Université Abderrahmane Mira de Bejaïa

Faculté des sciences humaines et sociales

Département des sciences de l'information et de la communication

Mémoire Fin d'étude

En vue d'obtention d'un diplôme de master en science de l'information et de la
Communication

Option : Communication et Relations Publiques

Thème

Le Mécénat et la Responsabilité Sociale de l'Entreprise

Etude de cas :

Cevital Agro-Industrie Bejaia

Réaliser par :

BERKAS Imene

CHAOU Narimane

Encadré par :

Dr BENIDIRI Ikhelf

Année Universitaire 2023/2024

Remerciement

Nous remercions Dieu le tout puissant de nous avoir donné la patience, et la volonté afin d'établir ce travail à terme.

Nous tenons à remercier tout d'abord notre encadrant, Monsieur BENIDIRI Ikhelf, pour sa patience et ses orientations ses conseils ainsi que le temps qu'il nous a fournis, sa disponibilité durant la réalisation de notre étude de recherche.

Nous tenons également à dédier un passage de reconnaissance au personnel de département commercial et administratif de l'entreprise Cevital Agro-Industrie Bejaia ; qui nous ont bien accueillis, plus particulièrement à toutes les personnes qui nous ont guidés durant la réalisation de notre enquête au sein de leur entreprise.

Nous remercions notre faculté des sciences humaines, et tous les enseignants du département Communication et relations publiques de nous avoir dispensés d'enseignements de qualité.

Un grand merci à nos parents, eux qui sont en premier lieu une inspiration et est une source d'encouragement.

En fin nous remercions les membres du jury et tous ceux qui nous ont aidés de près ou de loin.

Dédicace

Au nom d'Allah, le Tout Miséricordieux, le Très Miséricordieux

Je dédie ce travail à :

Tous mes proches, ma famille

Mes chers parents, pour qui je témoigne mon immense respect, ma profonde gratitude et reconnaissance pour tous ce qu'ils ont faits pour moi et leurs sacrifices pour ma réussite,

Je prie dieu de les protéger.

Qui ont toujours été près de moi et qui m'ont soutenu au long de

Mes études.

A ma sœur et mon frère

A toutes ma famille

A mon Encadrant Dr Benidiri Ikhelf

Chaou Narimane

Dédicace

À moi-même, pour la persévérance et le travail acharné qui ont mené à l'aboutissement de ce mémoire, concrétisation de mes rêves et symbole de ma détermination. Je suis fier de mon parcours et de l'accomplissement de cet objectif.

À mes chats, mes fidèles compagnons, toujours présents pour réconforter et partager joies et peines. Leur soutien inconditionnel a été une source de motivation inestimable. Merci pour votre amour indéfectible.

À tous ceux qui m'ont soutenue, qui ont cru en moi et en mon potentiel, m'encourageant et me soutenant dans les moments de doute. Vos paroles bienveillantes et votre confiance ont été un moteur essentiel. Je vous suis reconnaissante du fond du cœur.

*Parmi vous, je remercie particulièrement **Mr Djafferi**, mon professeur d'anglais, pour son soutien indéfectible, qui a cru en moi lorsque personne d'autre ne le faisait.*

Je tiens également à remercier ceux qui ont douté de moi. Leurs doutes ont été une source de motivation supplémentaire pour leur prouver le contraire et réaliser mes rêves.

Au peuple palestinien, source d'inspiration pour sa force, sa résilience et son espoir inébranlable. Votre lutte pour la liberté et la dignité me touche profondément. Ce mémoire est dédié à votre courage et à votre détermination, qui me motivent à toujours me battre pour mes rêves.



Berkas Imene

Liste des abréviations :

RSE	Responsabilité Sociale de l'entreprise
DD	Développement durable
ISO	Organisation Internationale de Normalisation
INDR	Institut National pour le Développement durable et la Responsabilité sociale des entreprises
ONG	Organisation Non Gouvernementale
SPA	Société Par Actions
MFG	Mediterranean Float Glass
CREAD	Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement
SAMHA	Société Algérienne de Montage et de fabrication d'article de Household et d'Electroménager
CSR	Corporate Social Responsibility
CNAS	Caisse Nationale des Assurer Sociaux
CNR	Caisse Nationale des Retraites
DRH	Direction Ressources Humaines
PCA	Plan de Continuité des Activités
PNG	Parc National de Gouraya
HSE	Hygiène sécurité et environnement

Liste des tableaux

Tableaux	Intitulé	Pages
Tableau N°01	La répartition de l'échantillon selon l'âge	64
Tableau N°02	La répartition de l'échantillon selon le genre	64
Tableau N°03	La répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction	65
Tableau N°04	La répartition de l'échantillon selon la responsabilité ou fonction occupé au sein de l'entreprise	65
Tableau N°05	Formation universitaire des enquêtés	66
Tableau N° 06	Répartition des codes aux enquêtés	67

Listes des figures

Figures	Titres	Pages
Figure N°01	Mécénat : les différentes formes de l'engagement	32
Figure N°02	Représentation graphique des 3 formes de mécénat d'entreprise et des stratégies pour les implanter	35
Figure N°03	Sponsoring contre mécénat	39
Figure N°04	Les étapes de l'évolution de la RSE	45
Figure N°05	Tableau typologie des stakeholders (ou partie prenante)	47
Figure N°06	L'entreprise et ses parties prenantes	48
Figure N°07	Les trois dimensions de L' ODD	53
Figure N°08	Présentation de l'organigramme du complexe	62

Sommaire

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Listes des figures

Introduction

Cadre méthodologique

Chapitre I : Analyse conceptuelle

1. Problématique.....	05
2. Hypothèses.....	07
3. Les objectifs de la recherche.....	07
4. Définitions des concepts.....	08
5. Les indicateurs du phénomène d'étude	12
6. Les études antérieures	12

Chapitre II : Démarche méthodologique

1. Approche théorique.....	17
2. La méthode d'étude.....	19
3. Outils de l'étude.....	20
4. L'échantillon de l'étude.....	22
5. La pré-enquête.....	24

Cadre théorique

Chapitre I : Généralité sur le mécénat

Section 01 : Historique, définition de mécénat.....	29
Section 02 : Les différentes formes et domaines de mécénat.....	32
Section 03 : Entre le Sponsoring et mécénat.....	39

Chapitre II : Généralité sur la responsabilité sociale de l'entreprise

Section 01 : Définition, l'origine et l'évolution de la RSE.....	42
Section 02 : Fondement théorique de la RSE.....	46
Section 03 : Le Développement durable et la RSE	50

Cadre pratique

Chapitre I : présentation des données

Section 01 : Présentation de lieu de la recherche.....58

Section 02 : Présentation des données de la recherche.....64

Chapitre II : présentation des résultats

Section 01 : Analyse et interprétation des données.....69

Section 02 : Discussion des résultats.....89

Conclusion.....94

Liste Bibliographique.....98

Annexes

Résumé

Introduction

Introduction

De nos jours, les entreprises ont réalisé que leur rôle dépasse les objectifs économiques. De plus en plus, elles sont encouragées à s'engager dans des actions et projets de mécénat et de responsabilités sociales de l'entreprise (RSE).

Le mécénat d'entreprise représente un outil puissant pour de nombreuses entreprises en Algérie souhaitant exercer leur responsabilité sociale et contribuer positivement à la société, et parmi elles : **Cevital Agro-Industrie** qui est notre cas d'étude.

Cette action peut recouvrir un événement sportif, culturel, des activités artistiques éducatives, caritatives. Ce qu'il fasse de lui un type de communication très important.

Aujourd'hui les entreprises intègrent le mécénat dans leur démarche de responsabilité sociale, cette dernière elle englobe toutes pratiques mises en place par une entreprise pour intégrer les préoccupations sociales, environnementales et économiques dans ses activités.

En outre, la responsabilité sociale des entreprises (RSE) est une démarche de création de valeur car elle contribue souvent à réduire les coûts en optimisant les ressources. En tant que vecteur de changement culturel, la RSE est perçue par les dirigeants comme essentielle au bon fonctionnement de l'entreprise.

Ce phénomène reflète une transformation significative des attentes sociales, où les consommateurs, les employés les investisseurs exigent une éthique et une transparence accrues. En soutenant des projets culturels, éducatifs, environnementaux ou sociaux. Les entreprises peuvent apporter une contribution positive à la communauté tout en renforçant leur performance globale.

Bien que, le mécénat est souvent considéré comme une modalité de la RSE, mais il peut également être vu comme un outil distinct qui permet à l'entreprise de se protéger hors d'elle-même pour répondre à des enjeux externes dans différents domaines. La (RSE) peut se comporter comme un atout marketing et un élément essentiel pour la transformation de l'entreprise vers son but sociétal.

Notre recherche est axée sur le mécénat et la responsabilité sociale des entreprises, notre travail est subdivisé en trois cadres : cadre méthodologique, cadre théorique, cadre pratique.

La première partie qui est dédiée au cadre méthodologique ; dans le premier chapitre qui est l'analyse conceptuelle, tout d'abord nous allons effectuer une documentation sur notre sujet d'étude pour bien s'enrichir afin de réaliser notre problématique qui contient deux hypothèses, afin de bien comprendre notre recherche suit la précision des objectifs de notre étude, Ensuite la définition des concepts clés de notre sujet de recherche et les indicateurs de phénomènes d'étude et enfin les études antérieures. Et pour la démarche méthodologique nous avons débuté avec l'explication de l'approche théorique, après le choix de la méthode de l'étude et ses outils de recherche, pour en passer par la suite à la population et l'échantillon d'étude et enfin la pré-enquête de notre étude.

Et la deuxième partie théorique, elle se compose de deux chapitres, tout d'abord nous avons un chapitre sur « Généralité sur le mécénat » qui comprend trois sections, la première sera consacrée sur « Historique , définition de mécénat » et la deuxième section sur « les différentes formes et domaines de mécénat » et la troisième sur « Entre le sponsoring et le mécénat », ensuite le deuxième chapitre sera consacré sur « Généralité sur la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) » qui aussi comprend trois sections la première sur « la définition, l'origine et l'évolution de la RSE » la deuxième sur « le fondement théorique de la RSE » et en troisième section sur « le développement durable et la RSE »

La troisième partie ça sera sur le cadre pratique qui contient deux chapitres, le premier qui s'articule autour des présentations des données (le lieu de la recherche et son organigramme, et présentation des données de la recherche) et le deuxième chapitre qui s'intitule sur l'analyse et l'interprétation des résultats et la discussion des résultats.

Enfin, nous allons finaliser notre étude de recherche par une synthèse générale sur notre thème de recherche suivie par une liste bibliographique et des annexes et un résumé.

Cadre méthodologique

Chapitre I

Analyse conceptuelle

1. La problématique :

Avant l'effondrement du socialisme, les entreprises étaient appréhendées comme des institutions purement économiques dont l'objectif principal se résumait à la génération de profits. La prise en compte de leur impact social n'était pas une nécessité, car ce domaine relevait de la responsabilité de l'État.

La chute du système socialiste et l'avènement du capitalisme ont engendré une transformation profonde de la société. L'affaiblissement des États a conduit à une montée en puissance des entreprises dans la sphère sociale. Face à cette nouvelle réalité, ces dernières ont compris que négliger leur impact social comportait des risques. L'intégration des besoins de la société est devenue un enjeu crucial pour leur pérennité.

C'est ainsi qu'une nouvelle philosophie s'est développée, reconnaissant aux entreprises une double dimension : économique et sociale. Elles ne sont plus uniquement des entités vouées à la recherche du profit, mais aussi des acteurs responsables du bien-être de la société

Et l'Algérie n'est pas en reste dans cette évolution globale. De plus en plus d'entreprises algériennes s'inscrivent dans une démarche de responsabilité sociale (RSE), reconnaissant ainsi l'importance de leur impact sur la société et la nécessité de contribuer à son développement durable. Une enquête réalisée par le Centre de recherche en économie appliquée pour le développement (CREAD) en 2021 auprès de 100 entreprises algériennes révèle que 72% d'entre elles ont mis en place une politique de RSE. Parmi les motivations citées, on retrouve l'amélioration de l'image de l'entreprise, la fidélisation des clients et la motivation des employés.

C'est dans ce contexte que le mécénat a émergé comme une réponse aux demandes croissantes de contributions directes et significatives des entreprises aux causes sociales, culturelles et environnementales. Il s'agit « un soutien matériel ou financier apporté sans contrepartie directe de la part de bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activité présentant un caractère d'intérêt général » Dans ce sens et depuis les années 1980, le mécénat a connu une croissance exponentielle. Cette pratique permettait aux entreprises de s'engager ponctuellement dans des actions sociales, tout en conservant une logique économique dominante.

Cependant, le mécénat s'est avéré insuffisant pour répondre aux défis sociaux et environnementaux croissants. De plus, les critiques envers le "greenwashing" (éco blanchiment). Et l'instrumentalisation du mécénat à des fins marketings se sont intensifiées.

En réponse à ces critiques, la notion de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) a émergé. La RSE va au-delà du mécénat en intégrant l'impact social et environnemental dans l'ensemble des activités de l'entreprise.

Cette dernière a été marquée pour la première fois et de façon tacite à travers l'ouvrage séminal de Brown (1953), il l'a défini comme suit : « La RSE fait référence aux obligations pour un dirigeant de poursuivre les politiques, prendre les décisions ou suivre les orientations désirables en termes d'objectifs et de valeurs de notre Société »

La RSE est une notion qui a évolué au fil du temps au départ elle était basée sur un modèle paternaliste où les entreprises étaient considérées comme une famille et le patron comme un père. L'entreprise avait donc des obligations envers ses salariés comme leur fournir des conditions de travail descendre et des avantages sociaux.

Aujourd'hui la RSE est un concept plus large qui inclut des dimensions comme la protection de l'environnement et le respect des droits de l'homme. Les entreprises sont désormais conscientes que leur impact sur la société ne se limite pas à leurs salariés elles doivent également prendre en compte les intérêts de leurs parties prenantes qui peuvent être des clients, des fournisseurs, des salariés, des collectivités locales, des ONG (organisation non gouvernementale) associations, ou encore des investisseurs.

Le mécénat et la RSE constituent des leviers essentiels pour un développement durable et responsable des entreprises algériennes. En renforçant ces deux approches et en relevant les défis qui se posent, les entreprises peuvent contribuer positivement à la société tout en consolidant leur performance et leur compétitivité.

Ce qui est du terrain, nous avons choisi d'étudier ce thème au sein de l'entreprise CEVITAL-AGRO-INDUSTRIE qui est une entreprise très importante dans les champs économiques Algériens et l'intérêt de notre recherche réside dans l'objectif de savoir la manière dont elle utilise le mécénat pour le renforcement de sa responsabilité sociale.

En vue de circonscrire la problématique de manière adéquate, nous avons formulé la question centrale suivante :

- Comment l'entreprise Cevital intègre-t-elle le mécénat pour renforcer son engagement envers la responsabilité sociale ?

Dans l'objectif de mieux cerner notre thème de recherche et pouvoir répondre à notre question principale, nous l'articulons en deux questions secondaires :

- Comment Cevital inclut-elle le mécénat dans sa démarche de responsabilité sociale ?
- Quelles actions de mécénat l'entreprise CEVITAL met-elle en œuvre pour améliorer sa performance en matière de responsabilité sociale?

2. Les hypothèses :

➤ La première hypothèse :

Le mécénat est un outil de communication privilégié pour l'entreprise Cevital dans sa démarche de responsabilité sociale et d'intérêt général.

La deuxième hypothèse :

Cevital diversifier ses actions de mécénat afin d'améliorer sa performance en matière de responsabilité sociale de l'entreprise.

3. Objectifs de l'étude :

Selon "le dictionnaire de français LAROUSSE " :« But, cible que quelque chose doit atteindre. »¹

Dans notre cas, l'intérêt central de ce travail est de :

- Appréhender les actions de mécénat mené par l'entreprise Cevital.
- Connaitre la démarche RSE mise par l'entreprise Cevital.
- Comprendre les raisons et les motivations de l'entreprise Cevital à s'engager dans une démarche de responsabilité sociale de l'entreprise

4. Définitions des concepts clés :

➤ La Démarche de Mécénat:

Le mécénat se définit comme : « un soutien financier, humain ou matériel apporté sans contrepartie directe par une entreprise ou un particulier à une action ou activité d'intérêt

¹ Dictionnaire Français LAROUSSE, sur le lien <https://www.larousse.fr> , consulter le 10 mars 2024 à 12h14.

générale (culture, recherche, humanitaire...). L'entreprise qui offre son soutien est désigné comme mécène. Le mécénat se distingue généralement du sponsoring par l'absence de contrepartie directe de la part du bénéficiaire. De plus, le mécénat ouvre droit à des déductions fiscales calculées en fonction du montant du don. »²

Le mécénat se définit comme : « un soutien matériel apporté sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général. »³

Dans le cadre de notre étude de cas, la démarche de mécénat prend la forme d'un don sans contrepartie fournie par l'entreprise Cevital Agro-industrie. Elle requiert l'élaboration d'une stratégie globale, couvrant l'ensemble des étapes nécessaires à la cohérence avec les missions de l'entreprise. Cette stratégie implique l'identification précise du besoin, le respect des conventions d'éligibilité au mécénat, la définition du budget et des délais impartis, le choix du type de mécénat le plus approprié, la détermination des moyens à mettre en œuvre, la prise de contact avec les parties prenantes concernées, la formalisation de l'accord de mécénat, le suivi des engagements respectifs des parties prenantes et, enfin, l'expression de gratitude envers les mécènes afin de préserver leur bonne réputation et de fidéliser la clientèle.

➤ **La Communication :**

Selon Larousse : « Action de communiquer avec quelqu'un, d'être en rapport avec autrui, en général par le langage ; échange verbal entre un locuteur et un interlocuteur dont il sollicite une réponse ». ⁴

La communication est : « l'action de communiquer, d'établir une relation avec autrui, de transmettre quelque chose à quelqu'un.

Elle peut aussi désigner l'ensemble des moyens et techniques permettant les diffusions d'un message auprès d'une audience plus ou moins vaste, ou l'action pour quelqu'un, ou une organisation d'informer et de promouvoir son activité auprès d'autrui d'entretenir son image par tout procédé médiatique.

² Philippe ARRAOU, Vincent LEMAIRE : Le mécénat : guide pratique une mission de l'expert-comptable, édition CSOEC, France, 2017, page13.

³ Arrêté du 6 janvier 1989 relatif à la terminologie économique et financière.

⁴ Dictionnaire Larousse en ligne, Op., Cit., consulté le 8 mai 2024 à 19h09.

Dans le cas d'une entreprise, la communication devient une action visant à informer et promouvoir l'activité de celle-ci auprès du public, d'entretenir son image à travers un procédé (médiatique). »⁵

C'est pourquoi, les entreprises se dotent d'une structure de communication qui tendra à faire connaître leurs prestations et leurs activités mais aussi à booster notoriété et image⁶

Dans notre cas , la communication peut être définie comme l'ensemble des actions et des outils stratégiques mis en œuvre par l'entreprise Cevital Agro-industrie l pour informer et sensibiliser ses parties prenantes internes et externes aux engagements sociétaux et environnementaux pris dans le cadre de sa démarche RSE et de ses actions de mécénat , Valoriser les initiatives menées en faveur du développement durable et du bien-être des communautés locales, en mettant en lumière l'impact positif de ces actions sur le territoire et la société, Renforcer la réputation et l'image de marque de Cevital en tant qu'entreprise responsable et engagée, soucieuse de son impact sociétal et environnemental et favoriser le dialogue et la concertation avec les parties prenantes concernées par les actions de mécénat et de RSE, en créant un espace d'échange et de Co-construction de projets durables.

➤ **Action sociale :**

Selon Toupictionnaire le dictionnaire de politique en ligne : « L'action sociale est l'ensemble des programmes et des moyens mis en œuvre par l'Etat et par les collectivités territoriales visant à maintenir la cohésion sociale et à aider les individus les plus fragiles à retrouver ou à conserver leur autonomie. »⁷

Définition objective de Durkheim : « l'action sociale consiste en des manières d'agir, de penser et de sentir, extérieures à l'individu, et qui sont douées d'un pouvoir de coercition en vertu duquel elles s'imposent à lui »⁸

Définition subjective de weber : « l'action est sociale dans la mesure où, du fait de la signification subjective que l'individu ou les individus qui agissent y attachent, elle tient compte du comportement des autres et en est affectée dans son cours »⁹

⁵ Toupictionnaire, Le dictionnaire de politique en ligne, sur le lien <https://toupie.org> , consulter 8 mai 2024 à 20h10.

⁶ Jean Marc Pescia, Introduction général à la communication, IFAG, 2017. Page 7.

⁷ Toupictionnaire, Op., Cit., consulté le 8 mai à 21h05.

⁸ Durkheim, Émile. Les Règles de la méthode sociologique. Paris : F. Alcan, 1895, page 4.

⁹ Weber, Max. Économie et société. Paris : Presses Universitaires de France, 1960, page 1.

Dans notre cas, l'action sociale peut être définie comme l'ensemble des initiatives et des engagements pris par l'entreprise Cevital Agro-industrie pour contribuer à la cohésion sociale, à l'inclusion et au développement durable des communautés locales.

➤ **La Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) :**

Le terme de la RSE signifie " selon les sources et les réseaux « Responsabilité Sociale et Environnementale » ou « Responsabilité Sociétale des Entreprises », et lorsqu'il va au-delà des entreprises pour englober tout type d'organisation, l'acronyme de "RSO" signifie "Responsabilité Sociale des Organisations"¹⁰.

La notion de la RSE a connu plusieurs définitions, selon la norme ISO 26 000, a responsabilité sociale est une : « responsabilité d'une organisation 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, y compris à la santé et au bien-être de la société ;

Respecte les lois en vigueur tout en étant en cohérence avec les normes internationales de comportement ;

Intègre dans l'ensemble de l'organisation et mis en œuvre dans ses relations »¹¹

Sa définition la plus connue décrit comme « l'engagement continue des entreprises à adopter un comportement éthique et de contribuer au développement économique tout en

Améliorant la qualité de vie des travailleurs et de leurs familles ainsi que de la communauté locale et la société au sens large.»¹²

Dans notre cas, la démarche RSE peut se définir comme l'ensemble des pratiques et expériences mise par l'entreprise Cevital, qui se concentrent sur les aspects environnementaux, sociaux et économiques. La prise de décision est une étape importante pour pratiquer cette démarche, entre l'ensemble de personnel les directeurs d'unités et les chefs des départements, dans le but de créer un impact positif durable et le développement durable de son environnement.

¹⁰ Chrestian Vermeulin, Comprendre et entreprendre une démarche RSE, la responsabilité sociétale pour tous les entrepreneurs. 2012, Paris.

¹¹ Afnor ISO 26000, lignes directrices relatives à la responsabilité sociétal, 1^{er} tirage 2010 page 4.

¹² Joachim Schopf, De la responsabilité sociale, Dans I2D-Information, Données Et Document, 2016/1 Vol 53, page 36.

➤ **Le Développement Durable (DD) :**

Le développement durable (DD) « est une tentative de créer un modèle de Développement qui intègre à la fois l'économie, le progrès social et la protection de l'environnement. Cet objectif est né de l'idée que la qualité environnementale et le bien-être économique et social sont intimement liés. »¹³

Dans notre cas, le développement durable peut être défini comme un pilier important dans la démarche RSE de l'entreprise Cevital, qu'il se compose de trois composantes essentielles ; économique, social, environnemental. Dans le but de protéger la planète terre et l'être humain.

¹³ Stranger Tracey & Bayley Anne, Sustainable development: Linking economy, society, and environment. OECD insights. Paris: OECD, 2008, page 141.

5. Indicateurs du phénomène de l'étude :

Concepts	Dimensions	Indicateurs
Le mécénat : un soutien financier, humain ou matériel apporté sans contrepartie directe par une entreprise ou un particulier à une action ou activité d'intérêt générale (culture, recherche, humanitaire...)	Engagement financier	-Montant total des dons et des parrainages. -Dépenses consacrées aux programmes de mécénat.
	Diversité des actions	- Nombre de domaines d'intervention du mécénat (culture, éducation, sport, etc.) - Variété des types de soutien apportés (financier, matériel, compétences, etc.).
	Visibilité communication	-Notoriété du programme de mécénat auprès des publics cibles. - Perception du mécénat par les parties prenantes de l'entreprise (salariés, clients, etc.)
La responsabilité sociale de l'entreprise : responsabilité d'une organisation vis-à-vis des impacts de ses décisions et activités sur la société et sur l'environnement, se traduisant par un comportement éthique	Engagement sociétal.	-Implication de l'entreprise dans la vie locale. - Respect des droits humains et des normes internationales du travail.
	Gouvernance	-Existence d'une politique RSE formalisée. - Intégration des principes RSE dans les processus décisionnels de l'entreprise.

2. Etudes antérieures :

Les études antérieures se composent d'un ensemble d'études et de travaux déjà réalisés qui explore divers aspects d'un sujet de recherche donné, dans un domaine scientifique Pacifique. Un chercheur peut s'appuyer sur des ouvrages, des thèses ou d'autres mémoires pour acquérir des informations pertinentes pour sa thématique de recherche.

Dans le cadre de notre étude, nous avons identifié deux recherches préalables partageant une variable commune avec notre sujet : "Le mécénat et la RSE". Ces études ont joué un rôle crucial dans le choix de notre méthodologie, de nos techniques et, plus particulièrement, dans le développement du cadre théorique.

➤ **La première étude :**

« Le mécénat et la responsabilité sociétale de l'entreprise. »

Un mémoire fin d'étude réalisé par SELLEMI LOTFI et HICHEM MESELEM, sous le thème le mécénat et la responsabilité sociétale de l'entreprise, encadré par DR AOUDIA NACER pour l'obtention du diplôme de master en sciences de l'information et de la communication option communication et relation publique, l'université de Bejaia 2018/2019.

Ce mémoire vise à élucider les modalités d'adoption du mécénat par les entreprises CEVITAL et GENERAL EMBALLAGE dans l'optique de perfectionner leurs responsabilités sociétales.

Pour objectif d'analyser les pratiques de mécénat des entreprises CEVITAL et GENERAL EMBALLAGE et leur impact sur la performance et le développement durable. Dans le but de comprendre comment ces entreprises intègrent le mécénat dans leur stratégie de responsabilité sociétale (RSE) et de déterminer le cadre et la démarche d'implémentation de cette pratique. L'étude s'appuie sur une méthodologie qualitative. Un guide d'entretien composé de neuf questions réparties en trois axes principaux a été élaboré pour collecter des données auprès d'un échantillon de cinq personnes : trois membres du personnel de GENERAL EMBALLAGE et deux de CEVITAL.

La principale question de cette étude :

- Comment les entreprises CEVITAL et GENERAL EMBALAGE, adoptent le mécénat afin de perfectionner leurs responsabilités sociétales ?

Les questions secondaires sont comme suite :

- Quels sont les gains et les risques de la pratiques de la RSE par les deux entreprises Générale Emballage et Cevital ?
- Comment les deux entreprises Général Emballage et Cevital et introduisent-elles le mécénat pour la perfection de leurs responsabilités sociétales.
- Quelles sont les actions du mécénat mise en œuvre par les entreprises Général Emballage et Cevital pour la performance de leur responsabilité sociétale ? Les deux chercheurs ont abouti aux résultats suivants :

Dans une optique de perfectionnement de leurs responsabilités sociétales, les entreprises CEVITAL et GENERAL EMBALLAGE s'engagent activement dans le mécénat. Cette implication se traduit par des dons financiers, matériels, culturels et de compétences. En

adoptant une telle démarche, ces entreprises visent à consolider leur position d'acteurs responsables envers la société et l'environnement global.

Cette étude antérieure a apporté une contribution précieuse à notre recherche. En effet, elle a porté sur les pratiques de mécénat des entreprises CEVITAL et GENERAL EMBALLAGE et nous a permis de mieux comprendre les différentes formes et motivations du mécénat dans le contexte de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE). De plus, le cadre conceptuel développé dans cette étude nous a été utile pour définir les concepts clés de notre propre recherche.

➤ **La deuxième étude :**

« La responsabilité sociale des entreprises portuaires et entreprises auxiliaires au port de la wilaya de Bejaia »,

Mémoire présenté pour l'obtention du Diplôme Master en science économique, préparé par MOULAI Yasmina qui a été réalisé à l'université de Bejaia 2016.

Ce mémoire vise à expliquer et à comprendre la place de la RSE dans l'entreprise portuaire et dans les entreprises auxiliaires au port de la wilaya de Bejaia. L'objectif principale de cette étude est de comprendre comment les entreprises portuaires et entreprises auxiliaires au port incluent le concept et les outils de la RSE et d'analyser les rapports de développement durable des entreprises portuaires et entreprises auxiliaires au port et la RSE.

La principale question de cette étude :

- Quelle est la place de la RSE dans l'entreprise portuaire et dans les entreprises auxiliaires au port de la wilaya de Bejaia ?

Les questions secondaires sont comme suite :

- Quels sont les acteurs de la place portuaire?
- Quelle est la signification du concept la responsabilité sociale des entreprises?
- Quelle est la situation de l'activité Portuaire en Algérie ?
- Quelle est la situation de la RSE en Algérie ?

L'étude a été consacrée sur l'explication profonde de la variable principale qui est la Responsabilité sociale de l'entreprise, le chercheur dans son étude a utilisé une méthode quantitative où il a élaboré un questionnaire qui consiste à faire venir le plus grand nombre sur le territoire, L'objectif majeur de cette enquête est de comprendre le concept de la RSE

dans les entreprises portuaires et entreprises auxiliaires au port de la willaya de Bejaia et d'apporter des connaissances sur ce concept, et analysant le fonctionnement de la responsabilité sociale des entreprises portuaires et des entreprises auxiliaires au port . Il a effectué un échantillonnage initial comporte un nombre d'entreprises choisis aléatoirement dans le but de mener des analyses et des tests.

Chapitre II

Démarche méthodologique

1. Approche théorique :

L'adoption d'une approche théorique rigoureuse s'avère indispensable pour circonscrire le champ d'investigation et guider le chercheur dans sa démarche méthodologique. En effet, l'élaboration d'un cadre théorique pertinent permet d'orienter l'analyse du phénomène étudié et d'en éclairer les résultats de manière précise et cohérente. Notre cadre d'analyse s'appuiera sur l'approche du marketing sociale.

La théorie du marketing social a émergé à la fin des années 60, dans le prolongement des travaux menés dans le domaine du marketing commercial. Cette nouvelle approche devait cependant faire face à des interrogations d'ordre éthique dès ses débuts, ainsi qu'à des difficultés de définition et de positionnement clairs.

A partir de la fin des années 70 et durant les années 80, le marketing social a connu un essor pratique notable, notamment aux Etats-Unis. Il a été utilisé dans le cadre de programmes de planning familial, puis s'est étendu à des domaines tels que la nutrition, la lutte contre le tabagisme et les drogues, la maîtrise de l'énergie ou encore la sécurité routière. Cette période a toutefois été marquée par de vives critiques envers le marketing social, dénonçant son caractère « manipulateur ». En effet, certains y voyaient une approche coercitive visant à forcer l'adoption de certains comportements par le biais de techniques issues du marketing commercial.¹

Depuis la fin des années 80, l'acceptabilité du marketing social a globalement augmenté. Cependant, la question de sa définition et de son positionnement demeure sujette à débat. Bien que largement mis en œuvre dans de nombreuses actions, il n'existe pas de définition ou de concept « marketing social » universellement admis. Cette situation, amplifiée par l'effet de mode récent autour du marketing social, ne fait qu'accroître la confusion quant à son essence même. S'agit-il d'un outil d'appui structurel, de communication, de vente ou d'éducation ? Même parmi les praticiens du marketing social, ce débat n'est pas tranché. Cette absence de consensus rend d'autant plus difficile l'évaluation de l'impact, de la durabilité et de la rentabilité des actions relevant du marketing social.

Les définitions du marketing social varient en fonction du contexte, du domaine considéré et de la culture professionnelle des acteurs impliqués. Elles convergent néanmoins

¹ Rapport : Oenea Consulting et Groupement de Recherche et d'Echange Technologique (GRET), Le marketing social au service des projets de développement, janvier 2010.page 19.

sur l'idée que le marketing social constitue une approche globale. Philip Kotler et Gerald Zaltman ont proposé une première définition notable, en avançant l'idée qu'il est possible d'appliquer les principes du marketing commercial à des projets à vocation sociale. Selon eux, le marketing social consiste en la « conception, la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation de programmes élaborés pour susciter l'acceptabilité de certaines idées en tenant compte du ». ²

Il s'agit d'utiliser les compétences du marketing pour accroître l'efficacité des projets à vocation sociale : le planning du produit, de l'établissement du prix, de la communication, de la distribution et de la recherche de marketing et obtenir la réponse souhaitée du public cible. Les techniques de marketing visent à combler le fossé entre la simple possession de connaissances et leur mise en œuvre concrète au service de la société. Kotler et Zaltman désignent l'initiateur d'un tel programme comme « agent du changement » et qualifient le programme lui-même de « campagne sociale ». ³

Ils soulignent par ailleurs l'importance de « l'échange » dans le marketing social, soulignant que le changement social planifié est rarement considéré du point de vue du client, bien que celui-ci soit fondé sur une relation d'échange entre le client et l'agent du changement. Nedra Kline Weinreich propose une définition plus pragmatique du marketing social, le définissant comme : « Le marketing social est l'utilisation d'outils issus du marketing commercial afin de promouvoir l'adoption d'un comportement qui permet d'améliorer la santé ou le bien-être du public cible ou de l'ensemble de la société ». ⁴ Elle met en exergue le parallèle entre l'approche méthodologique du marketing social et la démarche commerciale d'une entreprise visant à vendre son produit ; se concentre sur le public cible (le "client"), réalise des études de marché et adopte une approche systématique pour mettre en place un programme marketing efficace.

² Ibid.

³ Ibid.

⁴ Nedra Kline Weinreich. Social marketing: What does it really mean? , Health Promotion International, 1994, page 217.

2. La méthode d'étude :

La spécificité de la méthode d'enquête tient au fait qu'elle est utilisée pour rendre compte de phénomène propre à une population humaine, grande ou petite. Elle est également axée en général sur l'étude du temps présent. Cette méthode permet de connaître à peu près tout ce que la population humaine veut bien confier (Festinger et Katz, 1974) : opinions, habitudes de vie, sentiment ou comportement dans toutes sortes de domaines, soit pour les décrire, les classer, les expliquer ou les comprendre.⁵

Selon Mucchielli : « dans les méthodes qualitatives, ce qui caractérise les techniques de recueil, c'est essentiellement, l'implication de chercheur dans le moment de la technique qu'il utilise, prenante de l'instrument (l'enquête par interview et observation). Il est actif intellectuellement dans le maniement des instruments de recueil qu'il utilise et qui le mettent en contact direct avec l'objet d'étude »⁶.

Les méthodes qualitatives ont pour objectif principal de saisir le phénomène étudié. De ce fait, nous avons choisi d'appliquer la méthode qualitative dans cette étude, qui s'engage dans une exploration approfondie des diverses dimensions du mécénat et de leurs variables, ainsi que des liens entre eux. L'objectif est d'analyser comment cet outil peut servir de levier pour renforcer la responsabilité sociale des entreprises.

La méthode qualitative permet une analyse en profondeur des différents aspects du mécénat et de leur interaction, afin de mieux comprendre comment cette pratique peut contribuer à la responsabilité sociale des entreprises. Cette approche offre une compréhension nuancée et détaillée du phénomène étudié.

Nous nous appuyons plus sur l'analyse de cas ou de petits groupes de personnes. Les méthodes qualitatives visent à prélever des données non-chiffrées. Autrement dit, elles visent la compréhension du phénomène, en dégagant le sens des propos ou des comportements observés. A travers les méthodes qualitatives, le chercheur tente de comprendre le sens des propos et des comportements observés.

⁵ Angers Maurice, Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines 6^e édition 2014, page 40

⁶ Alex Mucchielli, le développement des méthodes qualitatives et l'approche constructive des phénomènes humains, page 23.

3. Outil de l'étude :

« L'utilisation d'une technique de recherche met en valeur la maîtrise du chercheur autant sur sa personne que sur son instrument de collecte. »⁷

Selon Maurice Angers : « une technique directe mène à rencontrer des personnes qui nous donneront accès à nos informations ou seront celles auprès desquelles on recueillera nos informations. »⁸

Dans le but d'alimenter notre recherche avec des données précises et pertinentes, et d'atteindre les objectifs prédéfinis, le choix s'est porté sur l'entretien semi-directif comme méthodologie privilégiée pour mener à bien l'exploration de notre sujet d'étude. Alors que cette recherche nous permis d'avoir « un contact direct avec nos interlocuteurs ainsi un véritable échange au cours duquel l'interlocuteur exprime ses perceptions d'un événement ou d'une situation »⁹

➤ L'Entretien :

Selon Madeleine Grawitz, il s'agit d'une : « forme de communication établie entre deux personnes ayant pour but de recueillir certaines informations concernant un objet précis »¹⁰ Pour plus d'informations sur le guide d'entretien semi directif, consulter l'annexe N°01

Se définit aussi comme une démarche préparée qui s'inscrit dans un plan pré établi et qui obéit à des règles relativement précises qui répondent aux exigences d'objectivité et de rigueur de la méthode Selon Madeline GRAWITZ, il s'agit « d'une forme de communication établie entre deux personnes ayant pour but de recueillir certaines informations concernant un objet précis » scientifique.¹¹

L'adoption d'une méthodologie qualitative nécessite l'utilisation de l'entretien pour comprendre en profondeur avec une analyse compréhensive notre sujet en se basant sur quelques individus.

⁷ Angers Maurice, Initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, édition Casbah université, Alger, 1995-1996, page 254.

⁸ Ibid.

⁹ Raymon Quivy, Manuel de recherche sciences sociales, édition 3, Dunod, paris, 2006, page 174.

¹⁰ Madeleine Grawitz, Méthodes des sciences sociales, 11ème édition, Paris, Dalloz, 2001, page 334.

¹¹ Jean-Louis Loubet Del Bayle, Initiation aux méthodes de recherche en sociales, Paris, Le Harmattan, 2000, page 45.

Le choix de l'entretien semi-directif s'est avéré pertinent pour notre étude car il permet d'approfondir les connaissances sur les domaines spécifiques liés aux axes de recherche, de centrer les propos des personnes interrogées sur les thématiques de l'étude et de compléter les sources d'information. Cette technique est considérée comme l'une des techniques les plus importantes de collecte d'information et les plus utilisées pour sa flexibilité.

Cet entretien contient 35 questions qui englobent 4 axes qui sont comme suit :

- Le premier axe sur : les données personnelles des enquêtés
- Le deuxième axe sur : le mécénat
- Le troisième axe sur : la responsabilité sociale des entreprises
- Et le quatrième axe sur ; le mécénat et le renforcement de la RSE

➤ **L'observation :**

Selon François Dépelteau : « l'observation est un mode d'investigation du réel [...] l'observation se déroule dans le milieu naturel [...] le chercheur observe l'individu ou le groupe en plein action dans son milieu de vie. »¹²

L'un des piliers de l'esprit scientifique réside dans la capacité à observer minutieusement. Ce talent inné de regarder et d'examiner les phénomènes qui piquent la curiosité du chercheur est crucial. Bien avant l'investigation formelle, l'exploration du terrain de recherche et de la population à interroger est une étape indispensable. Mais une fois l'enquête entamée, l'observation prend une nouvelle dimension : elle devient un instrument méthodique régi par des principes rigoureux.

L'observation rigoureuse de comportements, de situations et de faits précis permet d'élucider un phénomène donné. Pour garantir la scientificité de cette approche, il est crucial de consigner fidèlement les observations et de les compiler de manière systématique.

Selon Angers Maurice : « l'observation peut prendre plusieurs formes : participante ou désengagée »¹³ dans notre cas on a opté pour l'observation désengagé afin d'objectiver notre Perception du phénomène étudié et de minimiser l'influence de notre présence. Cette dernière

¹² François Dépelteau, la démarche d'une recherche en sciences humaines, de Boeck université, 2000, page 366.

¹³ Angers Maurice, Op., Cit., page 130.

désigne : « Situation dans laquelle l'observateur ou l'observatrice ne se mêle pas à la vie des personnes observées. »¹⁴

Dans le cas d'une observation désengagée, le chercheur, en tant qu'entité étrangère au phénomène investigué, adopte une posture d'observateur passif et neutre tout au long de l'étude. Il se positionne en spectateur attentif, ne s'impliquant en aucun cas dans les activités ou les interactions observées.

Cette approche implique que l'observateur intègre le groupe ou l'environnement étudié, tout en maintenant une distance psychologique et comportementale. Le groupe a généralement conscience de la présence de l'observateur et de ses motivations, mais ce dernier s'abstient de toute participation active aux dynamiques en cours.

L'observation désengagée vise à recueillir des données objectives et non biaisées sur le comportement naturel des individus ou des groupes dans leur contexte habituel. L'observateur s'efforce de minimiser son influence sur la situation étudiée, afin de capturer une représentation authentique des interactions et des comportements observés.

Cette méthodologie est particulièrement adaptée aux contextes où une implication directe de l'observateur risquerait de perturber le comportement naturel des sujets étudiés. Elle permet d'explorer des thématiques sensibles ou des groupes fermés, en préservant la confidentialité et l'authenticité des données recueillies.¹⁵

4. Echantillon de l'étude :

L'idéal, dans une recherche scientifique, est de se renseigner auprès de toute la population à l'étude. Cela est cependant difficile lorsque l'effectif dépasse quelques centaines d'éléments, et quasi impossible quand il en compte des millions, à cause des ressources humaines qu'exigerait alors la recherche et des coûts qu'elle entraînerait¹⁶

Il peut également y avoir des contraintes dues au peu d'information existantes sur une population donnée, à l'accès difficile à cette population où à des règlements quant à la confidentialité de certaines listes d'individus. Il faut donc sélectionner des éléments de la

¹⁴ Abbes Djerada Thinhinane, module Théorie et Méthodologie de la Recherche Scientifique, Techniques et méthodes de recherche.

¹⁵ Jean-Louis Loubet Del Bayle, Op., Cit., page 58.

¹⁶ Angers Maurice, Op., Cit., page 99.

population qui formera un échantillon. On peut définir l'échantillon comme « sous- ensemble d'éléments d'une population donnée ». ¹⁷

Selon Angers Maurice L'échantillonnage : « est un ensemble des opérations permettant de sélectionner un sous- ensemble d'une population en vue de constituer un échantillon. »¹⁸

Avant la sélection des éléments de la population, il y a d'abord un choix à faire entre deux types d'échantillonnage en tenant compte de la représentativité recherchée et des moyens d'accès à la population. Notre recherche concerne l'étude d'une entreprise qui exerce sa responsabilité sociale à travers le mécénat. À cette étape nous devons choisir soigneusement la population et l'échantillon nécessaire pour nous permettre d'observer et d'évaluer le sujet de notre étude.

➤ **Le type d'échantillonnage :**

L'échantillonnage « probabiliste » où la probabilité d'être sélectionné est connue par chaque élément d'une population.¹⁹

Dans le cas de notre étude qui portant sur quelques éléments de la population de l'entreprise Cevital, nous avons choisis l'échantillonnage non probabiliste.

➤ **La sorte d'échantillonnage et la procédure de sélection :**

Dans le cadre du choix d'échantillonnage. Nous avons déjà précisé le type que nous avons choisis : l'échantillonnage non probabiliste. Ce dernier se divise en trois sortes d'échantillonnage ; accidentel, typique et par quotas.

Une fois le type et la sorte d'échantillonnage déterminés, il reste à procéder concrètement à la sélection des éléments de la population devant constituer l'échantillon. Cette sélection se fait par tirage. Avec l'échantillonnage non probabiliste, il existe cinq procédés pour le faire : le tri à l'aveuglette, le tri orienté, le tri de volontaire, le tri expertisé et le tri boule de neige.

Dans notre cas, nous avons choisi de réaliser un échantillonnage typique. Les éléments inclus dans l'échantillon sont des modèles de la population à l'étude. C'est un échantillonnage typique parce que nous avons visés les personnes qui peuvent être utiles pour répondre à notre

¹⁷ Angers Maurice, Op., Cit., page 100.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Ibid.

Enquête. L'échantillonnage typique est une constitution d'un échantillon de la population de recherche par la sélection d'éléments exemplaires de celle-ci.

Notre intérêt est d'étudier le mécénat et la responsabilité sociale de l'entreprise selon les approximations ou les estimations des employés de l'entreprise Cevital, plus précisément cela concerne la direction des ressources humaines (service personnel), et à la direction commerciale (service marketing et Export, service Gestion des stocks). L'information recherchée peut collectée auprès des individus participant aux entretiens de notre recherche.

➤ **L'élément de notre échantillon :**

Dans notre cas, nous avons fait des entretiens avec six (06) enquêtés qui sont :

- . Directeur des ressources humaines
- . Chef de département commercial
- . Chargé de recouvrement
- . Planificateur de distribution
- . Chargé de programmation des produits finis
- . Gestionnaire des moyens généraux

5. Etapes de réalisation de l'enquête :

➤ **La pré-enquête :**

Avant d'entamer notre enquête approfondie et de définir les points de départ définitifs, nous avons consacré les deux premières semaines du 20 mars jusqu'à 3 avril à une pré-enquête exploratoire, menée selon deux axes principaux : une approche théorique et une approche pratique. Notamment par la réalisation d'entretiens exploratoires.

Pour ce faire, nous avons adopté l'entretien semi-directif comme outil de recherche privilégié. Cette démarche nous a permis de confirmer la faisabilité du sujet de recherche et d'évaluer la disponibilité de matière suffisante et pertinente pour son étude approfondie.

Plus précisément, notre pré-enquête s'est déroulée en deux étapes distinctes :

a) Une recherche documentaire :

Afin de confirmer la validité scientifique du concept de mécénat et de responsabilité sociale de l'entreprise, nous avons mené une revue documentaire approfondie. Cette démarche s'est déroulée en deux volets complémentaires :

- **Consultation documentaire papier :**

Nous avons effectué des recherches méticuleuses au sein de la bibliothèque de notre université, en consultant des ouvrages, des articles scientifiques et des thèses portant sur le sujet. Cette démarche nous a permis de cerner les différentes théories, approches et concepts liés au mécénat et à la responsabilité sociale de l'entreprise, et d'appréhender l'évolution de ces notions au fil du temps.

- **Exploration documentaire numérique :**

Nous avons également mené des recherches approfondies sur internet en utilisant des moteurs de recherche spécialisés et en consultant des sites web d'institutions académiques, de centres de recherche et d'organisations internationales. Cette démarche nous a permis d'accéder à un large éventail de ressources documentaires et d'avoir une vision globale des travaux de recherche menés sur le sujet à travers le monde.

L'analyse de cette documentation nous a permis de confirmer la pertinence et l'actualité du thème de recherche, prendre connaissance des différentes théories et approches existantes en matière de mécénat et de responsabilité sociale de l'entreprise et situer notre problématique de recherche dans un champ théorique précis.

En conclusion, la revue documentaire nous a permis d'établir des fondations solides pour notre recherche. Nous avons acquis une compréhension approfondie du sujet et des enjeux qu'il soulève, et nous sommes en mesure de situer notre travail dans un contexte théorique rigoureux.

b) Une visite et une observation du terrain :

La deuxième étape de notre pré-enquête s'est focalisée sur l'observation empirique de la pratique de notre sujet de recherche et sur l'évaluation de l'échantillon d'étude.

Cette démarche visait à : Appréhender la réalité concrète de la pratique du mécénat et de la responsabilité sociale, évaluer la disponibilité et la pertinence des informations pouvant

être recueillies auprès de l'échantillon d'étude, ainsi affiner la problématisation de la recherche et identifier les questions de recherche les plus pertinentes.

Pour ce faire, nous avons effectué deux visites sur le terrain, au cours desquelles nous avons observé les pratiques en vigueur et mené des entretiens exploratoires auprès d'acteurs clés du domaine. Parallèlement, nous avons poursuivi nos recherches documentaires, en consultant des ouvrages, des articles scientifiques et des sites web pertinents.

L'ensemble de ces travaux nous a permis de : Réviser et d'enrichir notre préconception de la problématique, définir plus précisément les objectifs de recherche, identifier les hypothèses de recherche les plus adéquates et enfin élaborer un plan de recherche rigoureux.

En conclusion, la deuxième étape de la pré-enquête s'est avérée essentielle pour la validation et l'approfondissement de notre sujet de recherche. Elle nous a permis de poser des bases solides pour une enquête approfondie et rigoureuse, susceptible de produire des résultats concluants et pertinents.

➤ **Le déroulement d'enquête :**

L'enquête définitive constitue l'étape centrale de notre recherche. Elle représente la démarche méthodique par laquelle nous allons collecter les données finales nécessaires à l'exploration de notre question de départ et des questions secondaires.

Afin d'optimiser la collecte de données auprès de notre échantillon d'étude, nous avons élaboré un guide d'entretien structuré autour de 4 axes principaux, le premier sur les données personnelles le deuxième sur le mécénat le troisième sur la RSE et le quatrième sur le Mécénat et le renforcement de la RSE.

Les questions élaborées pour l'enquête définitive s'appuient sur les résultats de notre pré-enquête. Elles ont été soigneusement sélectionnées afin de couvrir l'ensemble des concepts pertinents liés à notre sujet de recherche et de permettre d'apporter des réponses précises et éclairantes à notre question de départ.

En conclusion, l'enquête définitive représente une étape cruciale dans le processus de recherche. Elle nous permettra de recueillir des données qualitatives de grande qualité, qui seront ensuite analysées et interprétées afin de répondre à nos objectifs de recherche.

Cadre théorique

Chapitre I

Généralité sur le mécénat

Section 01 : Historique, Définition de mécénat.**1.1 Historique de mécénat :**

Le mot « mécénat » tire ses origines de la Rome antique. Il fait référence à Caius Maecenas, un chevalier romain influent et proche conseiller de l'empereur Auguste. Ce dernier a joué un rôle déterminant dans l'essor de la culture romaine. Son soutien à des artistes et intellectuels de renom, tels que Virgile, Horace et Ovide, a eu un impact majeur sur l'art et la littérature de l'époque. L'importance de son influence est telle qu'elle a défini le concept de mécénat tel que nous le connaissons aujourd'hui.¹

Du Moyen Âge à la Renaissance, le mécénat a connu une évolution remarquable, marqué par l'influence de différents acteurs et l'émergence de nouvelles formes de création.

Durant la période médiévale, l'Église et les nobles étaient les principaux mécènes. Ils commandaient des œuvres d'art religieuses, contribuant ainsi à la construction de cathédrales gothiques, véritables chefs-d'œuvre architecturaux. Cette époque a vu naître des artistes talentueux comme Giotto et Fra Angelico, dont les œuvres illustrent la ferveur religieuse de l'époque.²

La Renaissance a marqué un tournant majeur dans l'histoire du mécénat. De nouveaux mécènes, comme la famille Médicis à Florence, ont apporté leur soutien à des artistes de renom tels que Léonard de Vinci, Michel-Ange et Raphaël. Cette période a connu une véritable explosion de la création artistique et intellectuelle, touchant aussi bien la peinture et la sculpture que l'architecture et la littérature.³

En conclusion, l'essor du mécénat entre le Moyen Âge et la Renaissance témoigne de l'importance du soutien à la création artistique et intellectuelle. Cette pratique a joué un rôle crucial dans le développement de la culture et de la société, en laissant un héritage précieux qui continue d'inspirer le monde aujourd'hui.

Après avoir exploré les origines et l'évolution du mécénat à travers les époques, il est temps de cerner sa définition précise.

¹ Gallou, d. Le mécénat en art moderne à l'époque contemporaine. Université de Lorraine, département des lettres et science humaine, 2017-2018, P06.

² Armand Colin, Le mécénat : Une histoire de l'art et du pouvoir, 2009, page 25.

³ Ibid.

1.2 Définition de mécénat :

C'est « le soutien matériel apporté sans contrepartie directe, de la part du bénéficiaire à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités représentant un intérêt général ». Enrichissons cette définition en y incluant les éléments de la loi Aillagon du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations : « Il se traduit par le versement d'un don (en numéraire, en nature ou en compétence) à un organisme pour soutenir une œuvre d'intérêt général. Si le bénéficiaire est éligible au mécénat déductible, le don ouvre droit, pour les donateurs (entreprises et particuliers), à certains avantages fiscaux. »⁴

D'après le ministère de la Culture, le mécénat se définit ainsi : Pour l'ADMICAL : « Le mécénat est un don, d'une entreprise ou d'un particulier, à une activité d'intérêt général. Cet engagement peut être réalisé en argent, en nature (don de produits) ou en compétences, et concerner des domaines très variés : social, culture, éducation, santé, sport, environnement, recherche... »⁵

Selon les termes de l'ADMICAL le mécénat est ;

Le mécénat : un engagement éclairé et enrichissant pour l'entreprise :

Le mécénat se définit comme un soutien volontaire et durable apporté par une entreprise à des causes d'intérêt général. Il peut prendre différentes formes : dons financiers, matériels, technologiques ou encore de compétences. Cette démarche s'inscrit dans une logique non marchande et vise à renforcer l'identité de l'entreprise en lui permettant de s'ouvrir à la société et d'en éclairer ses valeurs.

Un partenariat fondé sur la confiance et la réciprocité :

La relation entre l'entreprise mécène et le bénéficiaire repose sur un lien de confiance et d'échange mutuel. Elle se construit sur un rapport d'égalité et une vision partagée d'un projet commun. Cette collaboration permet d'ouvrir de nouveaux horizons, de lancer des initiatives inédites et de favoriser l'innovation.

Un engagement respectueux des besoins et des capacités de chacun :

⁴ Gallou, d. Op., Cit., page 7.

⁵ <https://admical.org/node/156> consulté le 30 mars 2024 à 22h54.

L'entreprise mécène s'engage à respecter le projet du bénéficiaire, ses choix et son expertise. Elle prend en compte ses capacités de suivi et sa taille afin de ne pas exiger de retours disproportionnés. L'entreprise reconnaît également que les projets nécessitent des frais de fonctionnement et s'engage à ne pas les éluder.

En contrepartie, le bénéficiaire s'engage à respecter l'entreprise en faisant preuve de transparence dans l'utilisation des fonds alloués et dans la réalisation du projet. Il informe régulièrement l'entreprise de l'évolution du projet et communique sur son engagement à ses côtés.⁶

1.3 Mécénat d'entreprise :

« Tout d'abord, le mécénat d'entreprise est une pratique ancienne qui prend ses origines des actions philanthropiques des patrons du XIXe siècle. Depuis longtemps, l'engagement des entreprises envers la société se manifestait par des dons octroyés par les dirigeants, en fonction de leurs propres intérêts personnels. Jusqu'à présent, ces activités sociales répondaient à une fonction complémentaire, pour ne pas dire périphérique ou à la marge de leur métier. Progressivement, le concept de mécénat ainsi que son domaine d'application ont évolué vers une forme de mécénat moderne. Le mécénat familial ou directorial s'est transformé en une politique d'entreprise plus professionnelle en se rapprochant des objectifs commerciaux, symboliques et managériaux de l'entreprise. »⁷

⁶ <https://admical.org/node/156> consulté le 31 mars 2024 à 10h51.

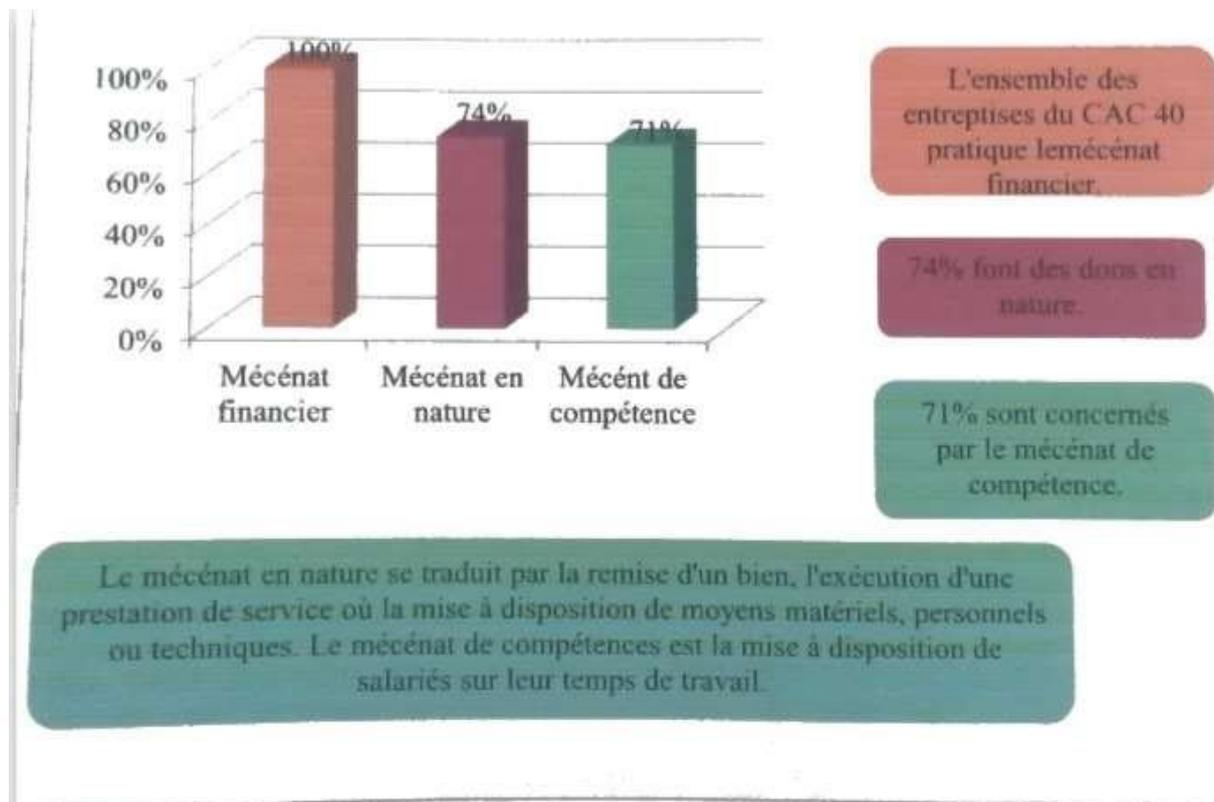
⁷ Mémoire : Clémence Blain, Mécénat et fondation d'entreprise : perspective des employés par, Ecole HEC Montréal, mai 2014, page 2.

Section 02 : Les différentes formes et domaines de mécénat.

2.1 Les différentes formes de mécénat :

Le mécénat est souvent perçu comme un outil flexible. Car il peut prendre différentes formes dans une entreprise.

Figure 1 : Les différentes formes de l'engagement :



Source : Etude ADMICAL 2013, réalisée sur une base de 38 entreprises du CAC 40.

➤ Le mécénat financier ;

Est la forme la plus simple de mécénat et se rapproche des actions philanthropiques des entreprises américaines, issues de la tradition du don. Il s'agit de dons effectués sous forme de chèques, de virements, de cotisations ou de subventions.

Ces dons peuvent provenir des revenus de l'entreprise, mais aussi des salaires des employés, ce qui permet de les impliquer à différents niveaux dans la démarche philanthropique (ministère du Développement durable français, 2011).

Exemple : Total Energies, entreprise multinationale française du secteur de l'énergie, s'engage activement dans le mécénat financier. Un exemple notable est son soutien à la Fondation du Musée du Louvre à travers un don de 15 millions d'euros sur 5 ans. Ce mécénat permet de financer plusieurs projets, tel que :

La restauration d'œuvres d'art : Le mécénat de Total Energies a permis de financer la restauration de plusieurs chefs-d'œuvre du Louvre, tels que la Vénus de Milo et la Joconde.

Le développement de programmes éducatifs : La Fondation Total Energies et le Musée du Louvre collaborent à des programmes éducatifs pour les scolaires et le grand public.⁸

➤ **Le mécénat en nature :**

Lorsque le don est effectué en produits ou en services qui sont offerts gratuitement et de manière définitive.

Il peut alors s'agir :

D'un don de bien immobilisé comme un véhicule, du mobilier ou d'un bien immobilier. Dans le cas de résidence d'artistes, comme par exemple la résidence de la fondation Weiss, l'entreprise mécène fait très souvent don du lieu à la fondation qui va abriter la résidence.

D'un don de marchandises comme des équipements audiovisuels, du matériel informatique, des produits techniques pour la pratique d'un art, des biens consommables, des denrées ou encore des matières premières, etc.

Si le mécénat en nature représente environ 40% des pratiques des entreprises engagées dans le mécénat, il demeure minoritaire en termes de volume financier. En effet, il ne représente qu'un peu plus de 3% du budget total alloué au mécénat par ces entreprises.⁹

⁸ Fonds De Dotation Weiss, les différentes formes de mécénat, publié le 2 janvier 2022, consulté le 30 mars 2024 à 11h06

⁹ Fonds De Dotation Weiss, Op., Cit.

➤ **Le mécénat de compétences :**

Le mécénat de compétences se manifeste le plus souvent par la mise à disposition gratuite d'un salarié de l'entreprise mécène pour une mission spécifique. Cette pratique se distingue du mécénat en nature par le détachement officiel du salarié.

Ce don de savoir-faire est particulièrement apprécié par les entreprises mécènes. Il permet aux salariés de s'impliquer concrètement dans des projets porteurs de sens et de développer de nouvelles compétences. Ces missions, valorisantes pour les salariés détachés, peuvent couvrir un large éventail de tâches, de la comptabilité à la communication en passant par l'accueil et le secrétariat.

Exemple :

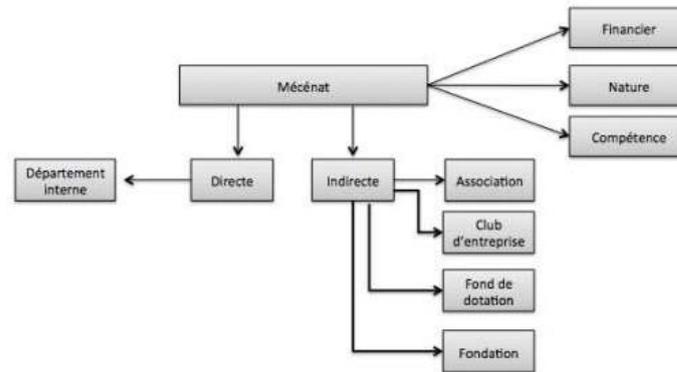
Le programme « Coiffure solidaire » : L'Oréal une entreprise française de cosmétiques fondée en 1909 par Eugène Schuller. Met à disposition des coiffeurs bénévoles, salariés du groupe, pour des associations caritatives. Ces coiffeurs interviennent dans des centres d'hébergement d'urgence, des maisons de retraite ou des hôpitaux pour offrir des coupes de cheveux et des conseils beauté aux personnes en situation de précarité.¹⁰

Ensuite, l'entreprise dispose d'une variété d'options juridiques pour structurer sa politique de mécénat, que ce soit de manière directe ou indirecte, en fonction de ses capacités et de ses objectifs. (Voir figure 1.2). Elle peut gérer sa politique de mécénat en interne, en la confiant à la direction générale ou à un département dédié. Cette approche offre un contrôle accru sur le choix des actions et des projets à soutenir. Ou alors, elle peut choisir de confier sa politique de mécénat à une structure intermédiaire, telle qu'une association, un fonds de dotation, un club d'entreprises ou une fondation.¹¹

¹⁰ Fonds De Dotation Weiss, Op., Cit.

¹¹ Clémence Blain, Mécénat et fondation d'entreprise : perspective des employés, Ecole HEC MONTREAL, mai 2014, page 3.

Figure 1.2 : Représentation graphique des 3 formes de mécénat d'entreprise et des stratégies pour les implanter



2.2 Les domaines de mécénat :

Pour bénéficier du mécénat, l'organisation doit être d'intérêt général. Le bénéficiaire doit présenter l'une des caractéristiques suivantes : Charité, éducation, science, société, humanitaire, sport, la famille, la culture ou contribuer à renforcer l'héritage L'art, diffusion de la culture, de la langue et du savoir Les scientifiques français protègent toujours le milieu naturel. Cette liste n'est pas exhaustive. À titre d'exemples, les principaux domaines sont abordés ci-dessous. Pour illustrer la mise en œuvre d'opérations de mécénat. Les données présentées pour clarifier le placement et la pondération des différentes zones parmi les passagers proviennent de l'enquête Admical /CSA publiée en mai 2016, couvrant l'année 2015/.¹²

➤ Le mécénat en faveur de la culture :

La culture à découvert très tôt un domaine d'application, notamment Des rendements généreux et une position de leader dans l'industrie Le développement des mécénats français représente 24% des entreprises engagées dans le mécénat et 15 % du budget total (Admical et CSA, Le mécénat d'entreprise en France - Résultats complets de l'enquête Admical - CSA - Mai 2016 portant sur l'année 2015.).

¹² Guide du mécénat : Une mission de l'expert-comptable, Comité Mécénat, 2017.page 27

Loi n° 2003-709 du 1er août 2003 relative au mécénat, Les associations et fondations connues sous le nom de « Loi Ellagon » promeuvent Un engagement sur le long terme des PME et même des TPE Être considéré comme un privilège des grands groupes prouve Des actions institutionnelles clés entraînent un changement de mentalité L'évolution du monde économique et l'émergence de l'approche territoriale Un mécénat, ancré dans les réalités économiques de chaque région (festivals, musées, patrimoine, etc.).¹³

➤ **Le mécénat en faveur de l'enseignement :**

L'éducation, l'enseignement et la formation représentent 27 % des entreprises participant au mécénat et 5 % du budget total alloué.

Éducation, enseignement et formation 27% Les entreprises participent au mécénat et allouent 5% du budget total. Afin de diversifier les ressources de l'Université, de renforcer ses relations avec son environnement économique et de créer de nouvelles sources de financement, la loi LRU du 10 août 2007 dite « Loi Pécresse » n° 2007-1199 concerne les libertés et responsabilités de l'Université. , a ouvert la voie à la création de deux nouveaux types de fondations : les fondations universitaires sans personnalité juridique et les fondations partenariales, qui regroupent des universités et d'autres organismes publics et privés intéressés par leurs activités éducatives, de formation et de recherche.

Le mécénat en faveur des universités, de l'enseignement supérieur et de la recherche permet :

Le financement d'établissements et de thèses de doctorat ; la création de valeur par la passerelle entre innovation et recherche ;

Créer de la valeur et construire des ponts grâce à l'innovation Soutenir la recherche, les universités et les entreprises en favorisant ;

Le développement de l'innovation entrepreneuriale (crédits d'impôt recherche).

Financer les bibliothèques universitaires, aider au développement et à la diffusion des fonds de littérature française et étrangère, allant de l'achat de livres aux investissements dans les nouvelles technologies, et subventions aux étudiants Bourse de surveillance conçue pour

¹³ Philippe Arraou, Vincent Lemaire, Le mécénat : guide pratique une mission de l'expert-comptable, édition CSOEC, France, 2007, page 27.

permettre des heures d'ouverture prolongées de la bibliothèque universitaire et initier les étudiants aux techniques documentaires.¹⁴

➤ **Le mécénat sportif :**

Le sport est le premier domaine choisi par l'entreprise mécènes, 48%, mais le budget qui y est consacré reste encore relativement modeste, soit 12% du budget de mécénat. Le sport amateur est un excellent moyen de rassembler projet La pratique sportive amateur est un outil efficace pour rassembler les gens autour d'un objectif commun. En effet, la distinction entre le sponsoring sportif et le mécénat est importante. Le sponsoring vise un retour commercial direct et proportionnel à l'investissement de l'entreprise, tandis que le mécénat sportif joue un rôle crucial en matière éducative et social.

Le sport véhicule des valeurs essentielles telles que la discipline, l'esprit d'équipe, le respect des règles, la persévérance et le sens de l'engagement, valeurs que les entreprises cherchent également à cultiver.

Par ailleurs, le sport et le mécénat offrent la possibilité de créer des liens humains forts. La pratique sportive permet de briser les barrières entre les classes d'âge et les couches sociales, tandis que le mécénat favorise la construction de relations durables entre les employés, même après la fin de leur collaboration professionnelle.¹⁵

➤ **Le mécénat en faveur de l'économie sociale et solidaire (Ess) :**

Dans le contexte contemporain, l'engagement des entreprises en faveur de causes d'intérêt général est une attente sociétale croissante. C'est en réponse à cette exigence que la solidarité structure ses interventions autour de pôles d'expertise distincts, à savoir :

Citoyenneté et démocratie participative : Ce pôle vise à encourager la participation active des citoyens, à renforcer la conscience des droits et devoirs civiques, et à consolider les principes de la démocratie participative.

Développement durable et territorial : L'action de ce pôle se focalise sur le soutien à des projets qui promeuvent un développement durable sur les plans environnemental, économique et social, en accordant une attention particulière aux dimensions locales et territoriales.

¹⁴ Philippe Arraou, Vincent Lemaire Op.,Cit

¹⁵ Ibid.

Cohésion sociale et économique : Ce pôle s'attache à renforcer la cohésion entre les différentes composantes de la société, à lutter contre la pauvreté et l'exclusion, et à favoriser l'insertion sociale et l'accès aux opportunités d'emploi.¹⁶

¹⁶ Yoann ZAOUCH, la relation entreprises-association, d'une logique de mécénat à une stratégie de partenariat, édition collection working paper, Française de Belgique, juin 2011. Page 4.

Section 03 : Le Sponsoring contre le mécénat.

3.1 La différence entre le Sponsoring et le mécénat :

Le terme "parrainage" recouvre deux notions distinctes : le sponsoring et le mécénat. Bien que ces deux pratiques impliquent l'association d'une entreprise à un événement, elles diffèrent par leur nature et leurs objectifs.

Certains associent le sponsoring au domaine sportif et le mécénat à des activités plus nobles comme la culture, l'art ou la recherche. D'autres soulignent que les deux peuvent s'appliquer à divers domaines, la distinction résidant dans l'intention et les objectifs de l'entreprise.

Le sponsoring est souvent guidé par la recherche de profit à court terme. Il vise à valoriser commercialement la marque ou les produits de l'entreprise en s'associant à un événement ou une personnalité ayant une image positive. Le mécénat, quant à lui, est davantage motivé par la générosité et le don. Il vise à valoriser l'image sociale de l'entreprise en s'associant à des causes nobles ou à des projets d'intérêt général.

La distinction majeure entre le sponsoring et le mécénat réside donc dans les objectifs poursuivis : le sponsoring vise une stratégie économique de valorisation commerciale de la marque ou des produits, tandis que le mécénat répond à une stratégie institutionnelle de valorisation sociale de l'entreprise.¹⁷

Figure 03 : Sponsoring contre mécénat

	Sponsoring : la vente	Mécénat : la réputation
Motivation	Commerciale.	Sociale.
Objectif	Création de liens entre une marque (un produit) et un événement médiatique.	Recherche d'une image pour la firme en tant qu'institution.
Message	Marketing.	Institutionnel.
Public	Consommateurs.	Citoyens
Exploitation	Mise en valeur commerciale, directe de l'événement : avant, pendant et après son apparition.	Mise en valeur « spirituelle », discrète, à faible intention commerciale.
Retombées	À court et moyen terme.	À moyen et long terme.

¹⁷ Thierry Libaert, ET WESTPHALEN, MARIE-HÉLÈNE. COMMUNICATOR - Le guide de la communication d'entreprise. 6e édition. Paris : Dunod, 2012, page 542-543.

Ainsi le sponsoring et mécénat sont complémentaire : Le sponsoring se focalise sur un secteur d'activité précis de l'entreprise (une marque, un produit) et vise à accroître sa visibilité et sa notoriété. Le mécénat, quant à lui, s'étend à l'ensemble des activités de l'entreprise et s'inscrit dans une démarche de responsabilité sociale et environnementale. Il vise à soutenir des causes d'intérêt général sans nécessairement rechercher un retour commercial direct.

Le sponsoring génère des changements rapides liés à l'actualité et aux objectifs marketings, tandis que le mécénat induit des transformations plus profondes et durables sur l'image et l'engagement de l'entreprise.

L'ADMICAL définit le mécénat comme un engagement libre et durable de l'entreprise envers des causes d'intérêt général, sans recherche d'impact commercial. Cette démarche enrichit l'identité de l'entreprise et éclaire sa contribution à la société.

Le mécénat et sponsoring emportent des incidences juridiques et fiscales différentes :

Le mécénat est régi par le régime des libéralités fiscalement déductibles. (Article 238 bis du Code général des impôts).

Le sponsoring est une prestation commerciale déductible du bénéfice imposable. (Article 39-1-7 du Code général des impôts).¹⁸

¹⁸ Ibid.

Chapitre II

Généralité sur la RSE

Section 01 : Définition, origine et évolution de la RSE.

1.1 Définition de la notion RSE :

Le champ de la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) étant vaste et sujette à des interprétations variées, sa terminologie demeure floue et manque d'une définition internationale acceptée.

Nous pouvons trouver plusieurs définitions possibles de cette notion. La meilleure définition est celle de la Commission européenne : « Un concept qui désigne l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes ».¹

Au cours des années 1960 et 1970, « the business of business is business » attribuée à l'économiste américain Milton Friedman, celui-ci défend une définition très limitative de ce qu'il appelle la responsabilité sociale de l'entreprise : « il y a une, et une seule responsabilité sociale de l'entreprise : celle d'augmenter ses profits, tant qu'elle respecte les règles du jeu, c'est-à-dire qu'elle s'engage dans une concurrence ouverte et libre, sans tricherie, ni fraude »².

Bien que, l'ouvrage « social Responsibilities of Businessmen » publié en 1953 de Howard Bowen fondateur de concept la RSE , selon cet auteur « l'obligation pour les hommes d'affaires est de suivre les politiques, prendre des décisions et suivre les lignes de conduite répondant aux objectifs et de valeurs désirables pour notre société. » selon lui les hommes d'affaires se trouvent dans l'obligation de prendre en considération les objectifs et les valeurs de la société dans leur processus de prise de décision.³

Carroll définit la responsabilité sociale des entreprises comme elle « englobe tout aussi bien les attentes économiques, légales, éthiques, que d'autres attentes discrétionnaires de la société par rapport à une compagnie dans un temps donné Selon Jean Marie Peretti « RSE est une intégration volontaire des préoccupations écologiques des entreprises, à leurs activités commerciales et leurs relations avec toutes leurs parties prenantes et externes et ça afin de

¹Commission des communautés européennes, « Livre vert, promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises », Bruxelles, 2001, page 7.

²André Sobczak, Nicolas Minvielle, Responsabilité globale, manager le développement durable et la responsabilité sociale des entreprises, 2011.

³ Howard R, Bowen, F, Ernest Johnson , social responsibilities of the businessman, Harper, New York, 1953

satisfaire pleinement aux obligations juridiques applicable et investir dans le capital humain et l'environnement »⁴

Le terme de responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) recouvre un phénomène qui peut être défini d'un point de vue positif ou normatif.

Bruno Boidin, Nicolas Postel, Sandrine Rousseau, spécialistes français, perçoivent la RSE dans le sens plus large, d'après eux ce phénomène peut être défini d'un point de vue :

« Positif : on cherche à analyser la façon dont les acteurs économiques appréhendent leur responsabilité vis-à-vis de leur environnement et de la société, normatif : On prescrit des actions ou des méthodes de RSE.»⁵

Dans un autre côté, L'institut national pour le développement durable et la responsabilité sociale des entreprises (INDR) en France définit la RSE de manière suivante :

«Une démarche volontaire de conduite des affaires des entreprises, qui reflète la contribution des entreprises au développement durable lequel est défini comme le développement qui répond aux besoins présents sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins »⁶

Bien que, la plupart des acteurs expliquent la RSE comme un engagement d'agir de façon responsable par rapport à ses employés, client, fournisseurs, aux communautés locales, à l'environnement etc.

De ce fait, nous pouvons remarquer que la RSE est une notion d'une grande variété de définition, et dire que la RSE englobe les pratiques commerciales qui intègrent les préoccupations sociales, environnementales et économiques dans les opérations et les interactions d'une entreprise avec ses parties prenantes

⁴ Hales Hakima, Zouaou Nabila Essai d'analyse de la responsabilité sociale des entreprises en Algérie, cas de la wilaya de Bejaia, mémoire de Master en science économique, option : Management Economique des Territoire et Entrepreneuriat, université Bejaia, 2014, page 08.

⁵ Bruno Boidin, Nicolas Postel, Sandrine Rousseau , la responsabilité sociale des entreprise : une perspective institutionnaliste .Villeneuve d'Ascq : presses universitaire de septentrion, 2009, page 13.

⁶ La RSE au Luxembourg, Les services aux entreprises, Starter kit RSE – Toolbox Analyse de matérialité Comprendre la RSE, sur le lien <https://.indr.lu/fr/les-services-aux-entreprise> . Consulté le 07/04/2024 à 23H23

1.2 L'origine et l'évolution de la RSE :

La responsabilité sociale des entreprises **RSE** a émergé dans les années 1950 mais son concept moderne a pris forme dans les années 1990.

A la fin des années 1990, la RSE était perçue, en France, comme une mode venue d'outre Atlantique, destinée à passer. « Nous savons aujourd'hui que cette perception était erronée : la RSE est une tendance lourde pour la majorité des auteurs dans le monde. Une tendance abondante littérature managériale et philosophique souligne son caractère historique et culturel. »⁷

La responsabilité sociale est présente depuis plusieurs décennies dans les pratiques des entreprises et dans la littérature académique.

Elle fait partie intégrante du noyau dur des concepts constitutifs du management, selon l'éclairage que donnait Peter Drucker (1954) : « le management requiert tout autant vision, responsabilité et intégrité que savoir, compétence et aptitude, car l'entreprise est un organe qui doit assurer sa fonction dans la société. »⁸

La responsabilité sociale des entreprises a vu le jour aux États-Unis d'Amérique à la fin de 19^{ème} siècle et au début de 20^{ème} siècle, dans un contexte du capitalisme de marché réglementé.⁹

Son origine et sa construction ont été américaines, mais depuis le début des années 2000 c'est l'Europe qui a pris le leadership, dans le paysage d'une RSE désormais globalisée, son impact dans la littérature managériale et dans la pratique de l'entreprise est croissance depuis son origine, mais la première année du XXI^{ème} siècle indique une très forte accélération de cette croissance, assortie d'une diffusion dans l'ensemble des cultures de la planète.¹⁰

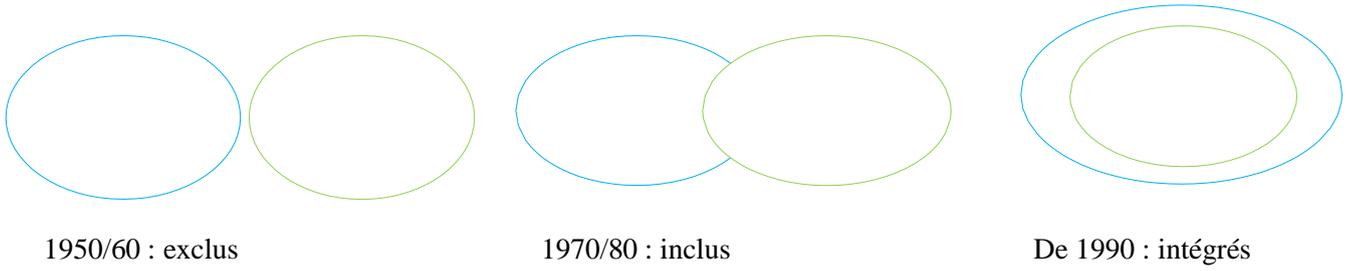
⁷ François L'épineux, et autres, la RSE, la responsabilité sociale des entreprises, théorie et pratique, 2010, page 24.

⁸ Drucker Peter, the new Meaning of corporate social responsibility», California Management Review, 1954, page 53, 63.

⁹ Pasquero Jean, la responsabilité sociale de l'entreprise comme Object des sciences de gestion : un regard historique, in Marie-France Turcotte et André Salmon 2005, Responsabilités sociale et environnementale de l'entreprise, Sillery, QC : Presse de l'université du Québec, Chap.5, page 80-111.

¹⁰ François L'épineux, et autres, Op., Cit., page 25.

Figure 04 : les étapes de l'évolution de la RSE



Source : Ivana Rodié, Responsabilité sociale des entreprises, le développement d'un cadre européen page 39.

Section : Fondement théorique de la RSE.

2.1 Les théories de la RSE :

➤ La théorie économique néo-classique :

Les principes de la théorie classique se sont développés dans les années 50 et 60 et jusqu'aux années 80. Dans cette période, l'idée qui implique que l'entreprise doit avoir des responsabilités vis-à-vis de son environnement était largement critiquée.¹¹

Selon Milton Friedman, (1970) « l'entreprise a des préoccupations économiques pures. De plus, les managers ont des responsabilités envers les propriétaires des entreprises, ces derniers doivent mener leur travail qui concerne la production de l'argent autant que possible tout en se conformant aux règles de base de la société. »¹²

Theodore Levitt (1985) insiste sur le fait que : « l'entreprise devrait être concernée par l'amélioration de sa production et l'augmentation des profits. De plus, il pensait que l'entreprise dispose d'une unique responsabilité : celle de dégager des profits pour le compte des actionnaires « *shareholders* » et que chaque dépense dans des projets à caractère sociale est considérée comme une perte de ressources. »¹³

➤ La théorie des parties prenantes :

Les théoriciens des parties prenantes ont cherché à approfondir la notion ; moins restrictive que celle de Freeman, la définition suivantes faite l'objet d'un assez large consensus : tout groupe pouvant affecter par –celui-ci .On distingue alors le plus souvent les parties prenantes centrales indispensables à la suivie de l'entreprise ou à l'atteinte de ces objectifs, des parties prenantes périphériques, dont l'influence qu'ils exercent sur l'entreprise ou subissent de sa part est moindre.¹⁴

La notion de partie prenante s'est véritablement popularisée en 1984 dans un ouvrage intitulé « *strategic Management : A Stakeholder Approach* » de R.Edward Freeman (1984) selon lui une partie prenante est : « un individu ou un groupe d'individus qui peut affecter ou être affecté par la réalisation des objectifs organisationnels »¹⁵.

¹¹ Rajaa Dkadek, Revue D'étude en Management et Finance D'Organisation, 2016, page10.

¹² Friedman Milton, Capitalisme and Freedom, Chicago, University of Chicago Press, 1962, page 133.

¹³ . Rajaa Dkadek, Op., Cit., page 11.

¹⁴ Christian Vermulin, Frederic Vermulin, Comprendre et entreprendre une démarche RSE la responsabilité sociétale pour tous les entrepreneurs, Ed AFNOR, 2012, page 9.

¹⁵ Rodolph Freeman., *Strategic management a stakeholder rapproch*, Boston, 1984, page 5.

Figure 05 : Tableau typologie des stakeholders (ou partie prenante)

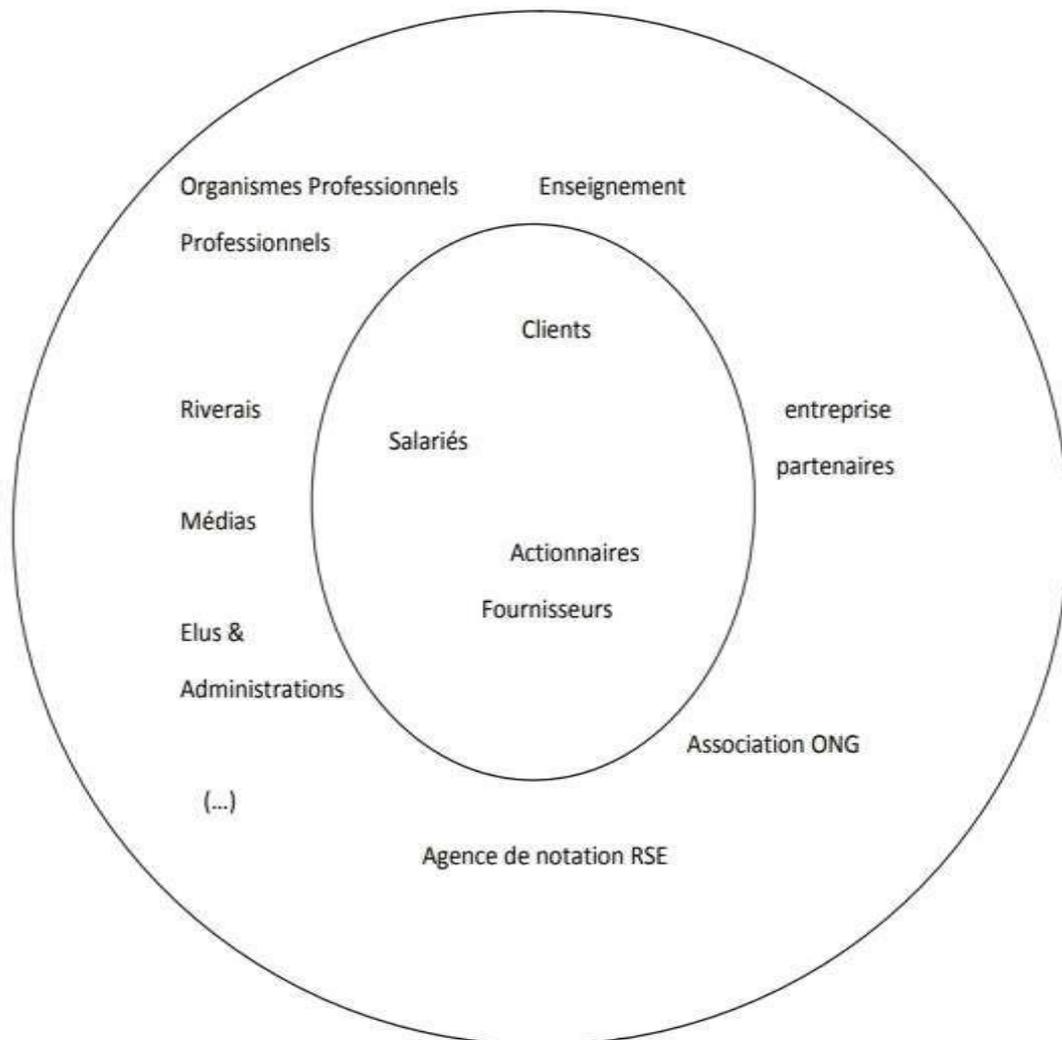
Les actionnaires	Investisseurs institutionnels, petits porteurs dirigeants...
Les parties prenantes internes	Salariés Syndicats
Les partenaires opérationnels	Clients, fournisseurs, sous-traitants, assurance, banques
La communauté sociale	Pouvoir publics, médias, ONG, associations, communauté environnante, société civile
L'environnement naturel	Plus un enjeu qu'un acteur

Source : François L'épineux, et autres, Op., Cit., page 79.

Il est également devenu d'usage de distinguer trois volets dans la théorie des parties prenantes : un volet instrumental, axé sur la portée économique de la prise en compte des parties prenantes ; un volet descriptif, visant à dresser l'état des relations entre entreprises et parties prenantes¹⁶

¹⁶ Rajaa Dkadek, Op., Cit., page 10.

Figure 06 : l'entreprise et ses parties prenantes



Source: Christian Vermulin, Frederic Vermulin, Op., Cit., Page 9.

➤ **Théorie néo-institutionnelle :**

La théorie néo-institutionnaliste propose un cadre d'analyse à la RSE et cela en prenant en considération non seulement son caractère normatif mais aussi la légitimité de ses pratiques. De plus l'analyse économique néo-institutionnelle repose sur deux concepts clés : l'environnement institutionnel et les arguments institutionnels.¹⁷

Le néo-institutionnalisme est une école de pensée qui s'est développée à partir des années 1970 dans le cadre de l'analyse sociologique des organisations. C'est une théorie qui s'intéresse à l'environnement institutionnel de l'entreprise, elle part du principe qu'à l'extérieur des organisations, il existe un ensemble de valeurs et de normes qui influencent la structure et le mode de gestion de celle-ci.¹⁸

C'était en 1957 que Selznick a tenté de comprendre ce qui différencie une organisation d'une institution. La théorie néo-institutionnelle fait appel à une théorie ancienne ou vieille dite « théorie institutionnelle » qui a vu le jour avec les travaux de Selznick.¹⁹

Selon cet auteur, une organisation peut être considérée comme une institution dans la mesure où elle, par l'intermédiaire de ses dirigeants, la promotion de valeurs fortes généralement issues de la communauté. En conséquence certaines organisations développent une identité qui assure leur pérennité au détriment des objectifs d'efficacité et de performance économique. La théorie institutionnelle se tient la distinction entre l'organisation comme mécanisme rationnel et l'institution, investie de valeurs et de besoin les gens construisent leur vie à partir de telle institutions. Les organisations sont plus au moins flexibles, selon qu'elles se laissent influencer par des facteurs externes ou tirent toute leur identité de l'intérieur d'elles même.

Philip Selznick est à compter au nombre des quelques premiers théoriciens qui prennent l'organisation comme unité d'analyse non seulement comme un système technique de production mais comme un système sociale adaptatif essayant de survivre dans son environnement.

¹⁷ Claude Menard. L'approche néo-institutionnelle : des concepts, une méthode, des résultats, Cahiers d'économie politique, paper in Political Economy, 2003, page 103,118.

¹⁸ John Meyer, Brian Rowan, Institutionalized organization: Formalstructure as myth and ceremony, American journal of sociology 1977, page.340, 363.

¹⁹ Philip Selznick, institutionalism old and new, Administrative Science Quarterly, 1966, page 270-277.

Section 03 : développement durable et la RSE.

3.1 La notion de développement durable :

La notion de développement durable est devenue aujourd'hui une composante essentielle du discours de la plupart des dirigeants et des politiques de développement. Cependant, ce concept est né suite à une réflexion approfondie sur les conséquences néfastes de l'activité humaine sur l'environnement, qui remontent à la fin du XIXe siècle, étaient principalement axées sur la préservation de certains aspects de l'environnement, précisément d'une espèce spécifique.

Le développement durable sustainable development, parfois traduit par le développement soutenable est une approche innovante de la croissance économique. Ce modèle de croissance instauré après la seconde Guerre mondiale, échoue dès les années 1970 : augmentation des taux de chômage, crise énergétique, premiers accidents industriels graves. La croissance démographique inquiétante et l'épuisement des ressources naturelles.

C'est ainsi que la commission des Nations Unies pour l'environnement et le développement recommande le développement durable comme solution alternative

Selon le rapport Brundtland, 1987, le développement durable est « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des génération futures à répondre aux leur »²⁰

Deux concepts sont inhérents à cette notion :

- Le concept de ‘’ besoin’’, et plus particulièrement des besoins essentiels des plus démunis, à qui il convient d'accorder la plus grande priorité
- L'idée des limitations que l'état de nos techniques et de notre organisation sociale imposant sur la capacité de l'environnement à répondre au besoin actuel et à venir.

²⁰ Gro Harlem Brundtland, Notre avenir à tous, Our Common Futur, Report of the world Commission on Environne and Développement, 1987, page13.

Et de là, ce rapport dit que : « le genre humain a parfaitement les moyens d'assumer un développement durable, de répondre aux besoins du présent sans compromettre la possibilité pour les générations à venir de satisfaire les leurs. »²¹

3.2 Les dimensions du développement durable :

Le développement durable est une tentative de créer un modèle de développement qui intègre à la fois l'économie, le progrès social et la protection de l'environnement. Cet objectif est né de l'idée que la qualité environnementale et le bien-être économique et social intimement liés et que, par conséquent, ces trois dimensions ne peuvent pas être considérées séparément²²

➤ La dimension environnementale :

La dimension environnementale est un élément essentiel du développement durable, qui vise à répondre au besoin des générations actuelles sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire les leurs. Elle fait référence au fait qu'il faut préserver les ressources naturelles qui ne sont pas infinies car tout ce qui constitue l'environnement (la faune, la flore, l'eau, l'air et les sols) est indispensable à notre vie.

Elle prône la nécessité de protéger les équilibres écologiques en vue de préserver la vie sur la planète, les enjeux sont les suivants :

- L'économie et la préservation des ressources naturelles
- La réduction pour une meilleure gestion des déchets
- L'évaluation de l'empreinte carbone
- La réduction des émissions de gaz à effet de serre
- La protection de la biodiversité en maintenant les variétés des espèces animales et végétales.²³

²¹ Ibid. page 14.

²² Strange Tracey & Bayley Anne, Sustainable development: Linking economy, society, and environment. OECD insights, Paris: OECD, 2008 page 141.

²³ Apporter une dimension environnementale à ces études, c'est possible, sur le lien : www.lagazettedescommunes.com, 2022, consulter le 26/04/2023 à 19H30.

➤ **La dimension sociale :**

La dimension sociale vise le développement de la société tout en satisfaisant les besoins des êtres humains, peu importe leurs origines. Parmi ses enjeux la lutte contre la pauvreté et l'exclusion, c'est lutter contre la pauvreté et l'exclusion sociale pour garantir une société juste et équitable.

Selon Jean-Luc et François-Régis Mahieu : « la question de la dimension sociale du développement durable est relativement nouvelle. Son intérêt vient de la persistance de la pauvreté et de l'exclusion sociale en période de croissance et de l'accroissement généralisé des inégalités et de la vulnérabilité. »²⁴

Dans les pays développés, en dépit de la production sociale, la pauvreté resurgit sous des formes nouvelles et l'exclusion sociale tend même à s'étendre. Dans les pays en développement, les politiques de restructuration, comme de croissance, engendrent des conséquences sociales qui peuvent être grave, voir irréversibles.

Partout la vulnérabilité et l'inégalité s'accroissent. Le fait de prendre conscience de sa vulnérabilité accroît la sensation de pauvreté et d'exclusion.²⁵

➤ **La dimension économique :**

La conceptualisation de l'économie solidaire s'appuie sur la pluralité des comportements économiques mis en évidence par Karl Polanyi. Cet auteur (1975) désigne le sens substantif du terme économique à partir de « la dépendance de l'homme par rapport à la nature et à ses semblables ; il renvoie à l'échange entre l'homme et son environnement naturel et sociale. Cet échange fournit à l'homme des moyens de satisfaire ses besoins matériels. »²⁶

La dimension économique du développement durable est l'un des trois piliers fondamentaux de cette notion. Elle vise à créer de la richesse pour améliorer les conditions de vie matérielle, tout en prenant en compte la contrainte environnementale et sociale à

²⁴ Jean-Luc et François-Régis Mahieu. La dimension sociale de développement durable : Réduction de la pauvreté ou durabilité sociale, Janvier 2002 page.5.

²⁵ Jean-Luc et François-Régis Mahieu, Op., Cit., page 5.

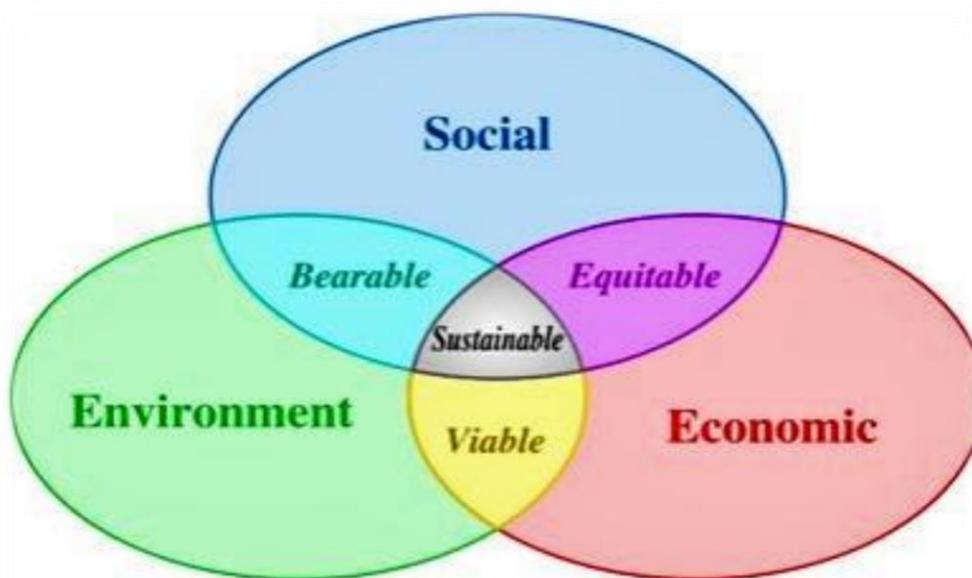
²⁶ Karl Polanyi, les différentes dimensions de l'économie solidaire, 1975, page 239.

Long terme. Cette dimension est souvent intégrée dans les stratégies des entreprises, qui adoptent des chartes de développement durable.²⁷

Les enjeux de cette dimension sont nombreux :

- Promouvoir une croissance économique inclusive et durable
- Gérer durablement les ressources naturelles
- Mondialisation et commerce équitable
- Lutter contre la corruption
- Favoriser l'innovation et le transfert de technologies...ect

Figure 07: Les trois dimensions de L'ODD



Source : René passet (1996), l'économique et la vivante 2 e édition. Economica.

3.3 Le développement durable et la RSE :

Selon Fabrice Mauléon et autre : « Le DD peut pourtant être distingué de la RSE , qui représente l'intégration volontaire des préoccupations sociale, environnementales des entreprises à leur activités commerciales et leur relation avec toute les partie prenante internes et externes (actionnaire, personnels, clients, fournisseurs et partenaires, collectivités locales, associations...) et ce afin de satisfaire pleinement aux obligation juridiques applicables, investir dans le capital humain et respecter son environnement (écologique et territoire) .

²⁷ Formation en ligne la responsabilité sociale des entreprises (RSE) faisant affaire à l'international, sur le lien <https://economie.gouv.qc.ca> Consulter le 25/05/2024 à 6H14.

La notion de RSE sera donc, dans le cadre de cette étude, tout simplement l'application par les entreprises du concept de DD. Puisqu'elles participent directement au développement d'un territoire, fournissent du travail à leurs salariés mais aussi à leurs sous-traitants et fournisseurs et, qu'en outre, elles consomment des matières premières et sont émettrices de déchets, les entreprises sont donc un acteur majeur en matière de DD. Il s'agit de la transposition pratique des trois piliers (économique, social et environnemental) aux préoccupations de l'entreprise. Le champ d'investigation de cette notion est donc immense. Il semble pourtant plus circonscrit que celui du DD. En cela, la RSE semble être une partie du DD. Ceci explique pour une grande part l'emploi souvent indifférencié des deux formulations.

Si le DD parle au plus grand nombre, la RSE est la plus à même de concerner directement l'entreprise. La distinction offre d'autres avantages et la compréhension du domaine respectif de ces notions est porteuse de clarté.

Tout d'abord, il faut savoir qu'en dehors de la France, on ne parle pas de « DD appliqué » à l'entreprise mais bien plutôt de CSR : « Corporate Social Responsibility ». Cette appellation est proche de la notion de RSE car elle signifie qu'une entreprise doit non seulement se soucier de sa performance économique et financière, mais aussi de ses impacts environnementaux et sociaux.

Ensuite, on peut penser que la RSE permet aussi une approche plus opérationnelle du concept. La démarche est plus celle de l'entreprise donc plus proche de la sensibilité des salariés, employeurs, cadres ou dirigeants. Lorsque Gro Harlem Brundtland, l'ancienne première ministre de la Norvège, a esquissé sa définition, devant les Nations unies, le concept restait encore bien flou : « Répondre aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre à leurs propres besoins ».

C'est, entre autres, l'intégration de la RSE dans leur stratégie qui a permis aux entreprises de se présenter comme les nouveaux promoteurs du DD à Johannesburg. Les 21 et 22 octobre 2002, la première conférence internationale sur le thème après Johannesburg portait, d'ailleurs, sur la relation entre entreprise et développement durable et arborait fièrement le titre de « Business, the global sustainability agent ». Il convient d'examiner la place de ces concepts dans le paysage français en examinant successivement la situation générale, puis les grandes lignes de la législation française en matière de DD et RSE. Ensuite, nous présenterons quelques éléments permettant de situer la France par rapport aux grands

textes internationaux en la matière ; avant d'examiner successivement des paragraphes relatifs aux programmes d'éducation supérieures et au rôle des parties prenantes sur ces questions. Enfin, nous terminerons nos développements sur quelques perspectives et enjeux pour la France. »²⁸

²⁸ Fabrice Mauléon, François Silva, Op., Cit., page 23,25.

Cadre pratique

Chapitre I

Présentation des données

Section 01 : présentation du lieu de la recherche.**1. La présentation de l'organisme d'accueil CEVITAL AGRO-INDUSTRIE:**

CEVITAL est une société par actions (SPA) à capitaux familiaux, elle s'impose comme un leader incontesté de l'industrie agroalimentaire en Algérie. Sous la houlette éclairée de Mr Rebrab et Fils, l'entreprise s'est dotée d'unités de production ultramodernes, l'entreprise ne cesse de se développer en s'appuyant sur une multitude de projets en cours de réalisation. Au cours des cinq dernières années, sa croissance fulgurante l'a positionnée comme un acteur économique majeur, générant un nombre important d'emplois et contribuant à la richesse du pays.

CEVITAL AGRO-INDUSTRIE, fruit de l'ambition et du savoir-faire, a vu le jour en 1998. Dotée d'un capital social de 68,78 milliards de dinars algériens, l'entreprise a rapidement pris ses marques dans le paysage agroalimentaire national. Dès ses débuts, elle a compté sur une main-d'œuvre prometteuse, avec un effectif de 500 salariés en 1999. Quinze ans plus tard, en 2014, ce nombre a été multiplié par huit, atteignant 4 300 employés, témoignant d'une croissance fulgurante et d'une dynamique de création d'emplois remarquable.

1.1 Historique et évolution de l'entreprise CEVITAL AGRO-INDUSTRIE :

L'histoire de CEVITAL AGRO-INDUSTRIE est jalonnée de dates marquantes, ponctuées par des réalisations d'envergure :

1999 : L'année de la consécration. La raffinerie d'huile entre en production, affichant une capacité annuelle de 570 000 tonnes. Cette même année a vu la naissance de la première marque d'huile de table de haute qualité en Algérie, composée à 100% d'huile de tournesol, une véritable innovation sur le marché.

2001 : Diversification de l'offre avec l'entrée en production de la margarinerie, d'une capacité de 180 000 tonnes par an. Cette étape a été suivie du lancement de la première marque de margarine de table, confirmant l'engagement de l'entreprise à répondre aux besoins diversifiés des consommateurs algériens.

2002 : L'année de l'innovation produit. CEVITAL AGRO-ALIMENTAIRE lance la marque MATINA, une margarine unique, fruit d'un mélange équilibré de beurre (50%) et de margarine végétale (50%), alliant ainsi onctuosité et bienfaits nutritionnels.

2003 : Double expansion. La raffinerie de sucre entre en production, avec une capacité de 650 000 tonnes de sucre blanc et 2 000 tonnes de sucre liquide par an. Cette même année, la gamme de produits s'enrichit de la margarine de feuilletage "LA PARISIENNE", spécialement conçue pour répondre aux exigences des boulangeries et pâtisseries.

2006 : Acquisition stratégique. CEVITAL AGRO-ALIMENTAIRE rachète l'unité de production de jus et fruits COJEK, dotée d'une capacité de production initiale de 14 400 tonnes par an. Grâce à un plan de développement ambitieux, cette capacité est portée à 150 000 tonnes en 2010, illustrant le dynamisme et la volonté d'expansion de l'entreprise.

2007 : Une nouvelle étape dans la diversification. CEVITAL AGRO-ALIMENTAIRE inaugure l'unité d'Eau Minérale LALA-KHEDIDJA, élargissant ainsi son offre et répondant aux besoins croissants des consommateurs en matière d'eau de qualité.

Durant ces cinq dernières années, le groupe CEVITAL s'est imposé comme l'une des entreprises les plus dynamiques et performantes de l'économie algérienne. La multiplicité de ses produits sur le marché, l'innovation constante et la qualité irréprochable de ses articles lui ont permis de conquérir la confiance des consommateurs et de s'affirmer comme un leader incontesté dans le secteur agroalimentaire.

Au-delà de sa contribution à la croissance économique du pays, CEVITAL AGRO-INDUSTRIE joue un rôle crucial dans le développement social en offrant des débouchés d'emploi dans ses différentes filiales, s'adressant à toutes les catégories de la population, intellectuelles ou non. L'entreprise incarne ainsi un modèle de réussite exemplaire, alliant performance économique et engagement social.

1.2 La situation géographique de CEVITAL AGRO-INDUSTRIE :



Source : Google Maps. Consulté le 23/05/2024 à 12HH45.

CEVITAL AGRO-INDUSTRIE s'impose comme l'un des premiers acteurs à avoir investi dans le secteur agroalimentaire en Algérie. Son complexe, situé à l'arrière-port de Bejaïa, bénéficie d'une position stratégique à 200 mètres du quai et s'étend sur une superficie de 45 000 m². Ce choix judicieux facilite les relations de l'entreprise avec son environnement et optimise ses opérations logistiques.

L'implantation géographique des sites de production de CEVITAL AGRO-INDUSTRIE reflète sa volonté de mailler l'ensemble du territoire national :

Bejaïa : Le cœur névralgique de l'entreprise abrite la raffinerie d'huile, la raffinerie de sucre, la margarinerie et des silos portuaires, illustrant la diversité des activités de CEVITAL AGRO.

El Kseur : En 2006, dans le cadre de la privatisation des entreprises publiques, le groupe CEVITAL a racheté une unité de production de jus de fruits à El Kseur. Cette acquisition stratégique a permis d'élargir la gamme de produits et de répondre aux attentes d'une clientèle plus large.

Tizi-Ouzou : Nichée au cœur du massif montagneux du Djurdjura, à Agouni Gueghane, l'unité de production d'eau minérale LALA-KHEDIDJA puise sa ressource dans un

environnement d'une pureté exceptionnelle, garantissant ainsi la qualité irréprochable de ses produits.

1.3 La gamme des produits de CEVITAL AGRO-INDUSTRIE :

CEVITAL AGRO-INDUSTRIE a su segmenter son offre en deux catégories distinctes afin de répondre aux besoins spécifiques de chaque type de clientèle :

. Pour les ménages :

Huiles : Fleurial, Elio, Fridor

Margarines et graisses végétales : Matina, Fleurial, Smen

Sucre : Skor

Boissons : Eau minérale Lalla Khedidja, Boisson fruitée Tchina

. Pour les professionnels :

Huiles : Huiles vrac raffinées, Huiles vrac acides

Céréales

Sucre : Le sucre cristallisé extra blanc CEE N°2, Le sucre liquide, La mélasse

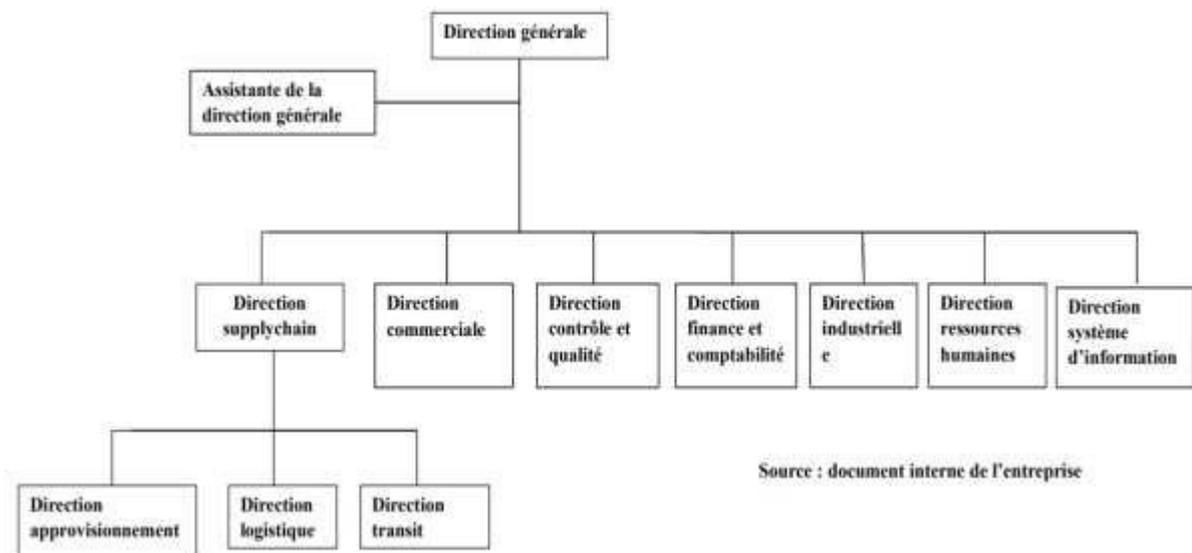
Graisses : La parisienne, autres Graisses végétale

Cette segmentation minutieuse permet à CEVITAL AGRO de s'adapter aux exigences de chaque segment de marché et de fidéliser une clientèle diversifiée.

1.4 La structure organisationnelle :

La figure N°10 offre une vision sur l'ensemble des directions de l'entreprise CEVITALAGRO présenté ci-dessous.

Figure 08: Présentation de l'organigramme du complexe



Une organisation est mise en place qui implique la mobilisation de ressources humaines, matérielles et financières pour atteindre les objectifs requis par le groupe. La direction générale est composée de 19 directions, mais les plus importantes sont :

- **Département Marketing** : gère la marque et la gamme de production, dont la principale ressource est la connaissance des consommateurs, de leurs besoins et de leurs usages.
- **La direction des ventes & Commerciales** : Développe les profils clients et commercialise toutes les gammes de produits en détectant les actions ou les projets high-tech (de haute technologie).
- **La direction système d'information** : Assure la mise en œuvre de tous les moyens techniques pour améliorer les activités. La cohérence des ressources informatiques et de communication disponible doit être assurée.
- **La direction des finances et comptabilité** : Préparer et mettre à jour les budgets, contrôler la gestion. Effectuer le reporting périodique et préparer les états comptables et financiers conformément aux normes.
- **La direction industrielle** :

Responsable du développement industriel et de la définition des sites de production, en collaboration avec Gestion globale, objectifs et budget de chaque site Analyser les dysfonctionnements.

Sur chaque site (appareil, organisation...) et rechercher des solutions techniques où

Les ressources humaines améliorent continuellement la productivité et la qualité des produits.

➤ **La direction des ressources humaines :**

Définis les principes de gestion des ressources humaines et faire des recommandations à la direction générale pour soutenir les objectifs d'affaires et se conformer aux politiques de ressources humaines du groupe. Veille à ce qu'un soutien administratif de qualité soit fourni à tous les employés de Cevital.

Gérer les événements sociaux.

Assurer un soutien administratif de qualité à tous les collaborateurs de Cevital.

➤ **La direction Approvisionnement :**

Dans le cadre de la stratégie globale d'approvisionnement et du budget alloué (investissement et opérations), elle établit des mécanismes pour répondre aux besoins en matériaux et services le plus rapidement possible, avec la meilleure qualité et le coût le plus bas pour réaliser la production et les ventes. Cible.

➤ **La direction logistique :**

Livraison des produits finis (sucre, huile, margarine, eau minérale, etc.) par chargement de camions chez les clients sur place et les stations logistiques.

Assure et gère le transport de tous les produits finis, que ce soit en moyens propres (CEVITAL TRUCK), mode de transport charter ou client.

Le service du transport assure également l'approvisionnement de certaines matières premières aux différentes unités de production.

Assure l'approvisionnement en intrants et packaging pour les filiales du groupe (MFG, SAMHA, Direction Projets, NUMIDIS...).

Maîtrise les stocks de produits finis dans les dépôts locaux (Bejaia et environs) et régionaux (Alger, Oran, Sétif...).

Section 02 : Présentation des données de la recherche**1 Analyse des données personnelles :****Tableau 01 : La répartition de l'échantillon selon l'âge :**

Age	Effectifs	Pourcentage
[30-40]	2	33%
[40-50]	3	50%
[50-70]	1	17%
Total	6	100%

Source : réaliser par nous même

Le tableau ci-dessus présente la distribution des répondants en fonction de leur tranche d'âge. L'analyse des données révèle que l'ensemble des participants à l'enquête se situe dans une fourchette d'âge comprise entre 35 et 70 ans.

- La tranche d'âge 40-50 ans est la plus représentée, avec 3 personnes, soit 50% de la population totale.
- La tranche d'âge 30-40 ans est la deuxième plus représentée, avec 2 personnes, soit 33% de la population totale.
- La tranche d'âge 50-70 ans est la moins représentée, avec 1 personne, soit 17% de la population totale.

D'après ce tableau, nous concluons que la population est relativement jeune, avec unemajorité d'individus âgés de 40 à 50 ans. Indiquant une population active et dynamique.

Tableau 02 : La répartition de l'échantillon selon le genre :

Genre	Effectifs	Pourcentage
Homme	6	100 %
Femme	0	0%
Total	6	100 %

Source : réaliser par nous même

Le tableau présenté ci-dessus met en lumière la répartition par genre des individus composant notre échantillon d'enquête. D'après les données, nous constatons que le genre masculin est le seul genre représenté dans le tableau, avec 6 individus, soit 100% de la population totale et le genre féminin n'est pas représenté dans la population étudiée.

Tableau 03 : La répartition de l'échantillon selon le niveau d'instruction :

Niveau d'instruction	Effectifs	Pourcentage
Primaire	0	0%
Moyen	0	0%
Secondaire	0	0%
Universitaire	6	100%
Total	6	100%

Source : réaliser par nous même

Comme illustre le tableau ci-dessus, 100 % de notre population cible ont un niveau d'instruction universitaire, ce qui indique un niveau d'éducation élevé dans la population étudiée. Et une absence d'individus avec un niveau d'instruction secondaire, primaire ou moyen.

On a constaté que l'entreprise accorde une importance prépondérante au niveau d'études universitaires, ce qui se traduit par une corrélation positive avec la performance professionnelle, comme en témoigne le pourcentage élevé de 100%.

Tableau 04 : Responsabilité ou fonction occupé au sein de l'entreprise :

Fonction	Effectifs	Pourcentage
Directeur des ressources humaines	1	17%
Chef de département commercial	1	17%
Chargé de recouvrement	1	17%
Planificateur de distribution	1	17%
Chargé de programmation des produits finis	1	17%
Gestionnaire des moyens généraux	1	17%
Total	6	100%

Source : réaliser par nous même

Le tableau présenté montre la répartition des effectifs d'une entreprise en fonction des différents postes. On y retrouve six fonctions.

- Directeur des ressources humaines
- Chef de département commercial
- Chargé de recouvrement
- Planificateur de distribution
- Chargé de programmation des produits finis
- Gestionnaire des moyens généraux

Chaque fonction compte un seul employé, ce qui représente un total de six employés dans l'entreprise.

La diversité des fonctions représentées dans le tableau offre la possibilité de recueillir des informations variées et d'avoir une compréhension plus complète du fonctionnement de l'entreprise.

Tableau N° 05 : Formation universitaire des enquêtés :

La formation	Effectif	Taux
Licence En Droit	1	17%
Licence en science de la gestion	5	83%
Total	6	100%

Source : réaliser par nous même

Le tableau ci-dessus présente la répartition des formations universitaires des personnes interrogées. La majorité des répondants (83%) est titulaire d'une Licence en Sciences de Gestion, tandis que 17% est titulaire d'une Licence en Droit.

Nous observons une forte prédominance des Licences en Sciences de Gestion parmi les personnes interrogées, avec 83% des répondants titulaires de cette formation. Cela suggère que les personnes interrogées ont un profil plutôt orienté vers la gestion et l'administration des entreprises.

Tableau 06: Répartition des codes aux enquêtés :

Catégorie socioprofessionnelle	Poste occupé	Code
Cadre	Directeur de DRH	Enquêté n° 01
Cadre	Chef de département commerciale	Enquêté n° 02
Agent de maitrise	Chargé de recouvrement	Enquêté n° 03
Agent de maitrise	Planificateur de distribution	Enquêté n° 04
Agent de maitrise	Chargé de programmation des produits finis	Enquêté n° 05
Agent de maitrise	Gestionnaire des moyens généraux	Enquêté n° 06

Source : réaliser par nous même

Le tableau ci-dessus présente une classification des postes occupés au sein de l'entreprise, divisée en deux catégories socioprofessionnelle « Cadre » et « Agent de maitrise ». Ce tableau permet de comprendre la distribution des codes attribués aux enquêtes menées sur différents postes.

Nous observons que les deux premiers enquêtés sont attribués à des cadres de l'entreprise, tandis que les quatre derniers sont des agents de maitrise de cette dernière.

Chapitre II

Présentation des résultats

Section 01 : Analyse et interprétation des données

Après avoir présenté les données personnelles de notre population d'étude et notre grille d'analyse des entretiens, nous allons procéder à l'analyse de contenu des entretiens et des données recueillies au cours de notre enquête de terrain, réparties sur les axes de guide d'entretien.

Axe 02 : le mécénat

1. Quelles sont les principales motivations de votre entreprise pour s'engager dans le mécénat ?

Réponse :

Selon, E1, E2, E6 : « Notre entreprise s'engage dans le mécénat pour plusieurs raisons majeures :

- Contribuer au développement durable de l'Algérie en soutenant des projets porteurs dans l'éducation, la culture, le sport et l'environnement.
- Renforcer notre image et notre réputation d'entreprise responsable et engagée auprès de nos parties prenantes.
- Motiver et fidéliser nos collaborateurs en leur permettant de s'impliquer dans des actions solidaires et porteuses de sens.
- Le mécénat est un axe stratégique pour Cevital, qui nous permet de concilier performance économique et responsabilité sociétale.

Nous notons que Cevital met en avant des motivations concrètes et mesurables pour son engagement dans le mécénat, soulignant son impact positif sur le développement durable de l'Algérie, son image et ses collaborateurs. Cette approche opérationnelle démontre une vision claire et stratégique du mécénat pour Cevital.

2. Comment votre entreprise choisit-elle les projets de mécénat ?

Réponse :

Selon E1, E3, E5 : « Le choix des projets de mécénat et des initiatives RSE chez Cevital s'effectue selon une démarche rigoureuse :

C'est pour ça qu'on a mis en place un processus bien précis :

- On commence par définir les grandes causes qui nous tiennent à cœur Education, culture, sport, protection de l'environnement... il y a en a beaucoup
- Ensuite, on regarde si les projets qu'on nous propose sont en accord avec nos valeurs et notre identité de marque. Est-ce qu'ils vont nous aider à avoir une image plus positive ?
- On évalue aussi l'impact que ces projets pourraient avoir sur les gens. Est-ce qu'ils vont vraiment améliorer la vie des gens ? Est-ce qu'ils vont contribuer à rendre le monde meilleur ?
- Enfin, on choisit les projets qui nous semblent les plus prometteurs. »

La réponse met en évidence un processus méticuleux de sélection des projets de mécénat chez Cevital. L'entreprise commence par identifier les grande causes qui correspondent à ses valeurs, tels que l'éducation, la culture, le sport...etc. Ensuite elle évalue les projets proposés sont alignés avec ses valeurs, ainsi que leur impact potentiel sur les gens et la société. Ce processus démontre un engagement sérieux et une approche réfléchié dans le choix des actions.

3. Existe-t-il une politique de mécénat formalisée et quels sont les objectifs ?

Réponse:

Selon E2 E5 E6: « Oui, Cette politique vise à :

- Renforcer l'engagement sociétal de Cevital
- Promouvoir les valeurs de Cevital, telles que la solidarité, l'initiative. »

La réponse confirme l'existence d'une politique formelle de mécénat au sein de Cevital. La formalisation de cette politique souligne l'importance accordée par Cevital à ses actions philanthropiques et à leur alignement avec ses objectifs et ses valeurs organisationnels.

4. Quelles types d'actions de mécénat Cevital a-t-elle menées ces cinq dernières

?Réponse :

Selon, E3, E5, E6 : « On a le cœur sur la main chez Cevital ! On est toujours là pour aider ceux qui en ont besoin, que ce soit à travers des actions de mécénat ou de RSE.

Voici quelques exemples de ce qu'on a fait ces derniers temps :

Solidarité :

On a distribué des palettes d'eau, environ 4 000 bouteilles, pendant le Hirak pour soutenir les Algériens.

On offre des coffins de Ramadan chaque année à des familles dans le besoin partout en Algérie.

Environnement : On a nettoyé les plages, comme celle de Tichy, et les vallées, comme Oued-Sghir, pour protéger notre belle nature.

Santé : On a rénové les blocs opératoires de plusieurs hôpitaux qui étaient en mauvais état pour que les malades puissent être soignés dans des conditions dignes.

On a acheté plus de 20 générateurs d'oxygène de grande taille pour aider les hôpitaux à lutter contre la pandémie de Covid-19. 2 d'entre eux ont été envoyés à Béjaïa et les autres ont été distribués par le ministère de la Santé.

Citer les différents dons dans le domaine de la santé octroyé en 2023 :

- Achat d'un climatiseur pour le service neuro chirurgie
- Don du médicament au CHU de Bejaia
- Prise en charge des visites médicale et soins médicaux en extra des prestataires et des visiteurs et clients

Sport : On a soutenu une jeune kickeuse talentueuse d'Akbou pour qu'elle puisse réaliser son rêve de participer à une compétition aux États-Unis. On lui a payé son voyage (billet d'avion et hôtel) et on lui a fourni ses tenues de kickboxing, car elle n'avait pas les ressources financières nécessaires.

Nous remarquons un fort sentiment d'engagement et de solidarité chez Cevital. Les actions de mécénat, telles que la distribution d'eau pendant le Hirak, l'offre de coffins de Ramadan et le soutien à une kickeuse talentueuse, reflètent cet état d'esprit généreux et altruiste.

4.1 Et pour les projets éducatifs ?

Selon les même enquêtés : « En matière d'éducation, Cevital soutient des projets tels que :

Construction et rénovation d'écoles

On organise des rencontres au niveaux des sites de productions pour les enfants, pour les initiés au respect de code de route, la sécurité ect...»

Chez Cevital, on est convaincus qu'on a tous une responsabilité pour rendre le monde meilleur. C'est pour ça qu'on continue à s'engager auprès des communautés locales et à soutenir des causes qui nous tiennent à cœur. »

Dans la réponse concernant les projets éducatifs, nous soulignons l'importance que Cevital accorde à l'éducation, elle montre son engagement envers l'amélioration de la société et la promotion de valeurs essentielles.

5. Comment le mécénat peut-il renforcer la fierté d'appartenance à Cevital ?

Réponse:

Selon, E1, E5, E6 : « En donnant la chance aux salariés de s'engager concrètement dans des actions qui font du bien à la communauté. Imaginez la fierté de participer à un projet qui améliore la vie des gens

En mettant en avant les valeurs qui font la force de Cevital, comme la solidarité, l'intégrité et l'esprit d'initiative. Le mécénat, c'est l'occasion de montrer que ces valeurs ne sont pas justes des mots, mais qu'on les vit au quotidien.

En renforçant l'esprit d'équipe et le sentiment d'appartenance au sein de l'entreprise. Quand on se mobilise ensemble pour une cause commune, on se sent plus soudés et plus fiers de faire partie de la même aventure. »

La réponse des enquêtés met en lumière le rôle du mécénat dans le renforcement de la fierté d'appartenance à Cevital. En donnant aux salariés l'opportunité de s'impliquer dans des actions bénéfiques pour la communauté, l'entreprise favorise un sentiment de valorisation et d'accomplissement au sein de son personnel, renforçant ainsi l'attachement à l'entreprise et ses valeurs.

6. Concernant vos employés, est-ce qu'ils souhaitent s'impliquer dans des actions de mécénat ?

Réponse:

Selon E1, E2, E3: « Cevital a quelques de particulier par rapport aux autres entreprises, c'est la solidarité active. Donc Oui, on les encourage à s'impliquer dans des actions de mécénat à travers une communication interne sur ces actions et les possibilités de participation. On est convaincus que tout le monde a quelque chose à apporter, et que c'est

une belle occasion de faire avancer les choses ensemble. Et c'était le cas quand on a mis en place les générateurs d'oxygènes ce sont nos employés qui les aient installés. »

Nous remarquons que la culture de solidarité est active chez Cevital. En encourageant activement les employés à participer aux initiatives de mécénat et en reconnaissant leur contribution, l'entreprise favorise un environnement de collaboration et d'engagement, où chacun se sent investi dans la mission collective de faire progresser les choses pour le bien de la communauté.

7. Quels sont les messages clés que Cevital souhaite transmettre à travers son mécénat

?Réponse:

Selon E1 E2 E5 : « Le mécénat pour Cevital est une façon de communiquer sur son engagement et de se différencier de ses concurrents. Et le message clé souhaite transmettre est : l'autodiscipline, c'est faire les choses sans qu'ils vous demandent de le faire. »

Nous constatons que la réponse met en avant le message clé de l'autodiscipline, en lien avec l'engagement de Cevital. Ce message véhicule une valeur positive et encourage l'initiative personnelle.

8. Comment le mécénat permet-il à Cevital de se différencier des concurrents ?

Réponse:

Selon E2 E3 E5 : « Tout ce qui peut être acheté ne constitue pas une différence, c'est à dire je peux acheter une machine et l'autre aussi pourra le faire, mais la différenciation vient de qualité des employés, c'est le comportement humain qui fait la différence on appelle ça les traits distinctifs non-copiables. »

La réponse évoque la différenciation par des "traits distinctifs non-copiables", en lien avec le comportement humain des employés. Cette idée met en avant l'importance de la culture d'entreprise et de la qualité des ressources humaines pour se démarquer.

9. Le mécénat de Cevital est-il concentré sur un domaine d'intervention particulier

?Réponse:

Selon E3 E4 E6 : « Le mécénat de Cevital ne se concentre pas sur un domaine d'intervention particulier. L'entreprise soutient des projets dans différents domaines :

Education, Sport, Environnement, Action Social ect...

Le choix des projets dépend de leur pertinence avec les valeurs et la stratégie de Cevital, ainsi que de leur impact sur le territoire. »

Nous remarquons que le mécénat de Cevital ne se concentre pas sur un seul domaine, mais soutient des projets dans divers domaines. Cette diversité d'intervention démontre l'engagement de Cevital envers une RSE inclusive et multidimensionnelle

10. Existe-t-il une répartition géographique des actions de mécénat de Cevital

?Réponse:

Selon les 6 enquêtés : « Oui, mais on privilégie beaucoup plus Bejaia que les autres willayas. »

La réponse met en lumière la concentration des actions de mécénat de Cevital sur la région de Bejaia. Cette approche ciblée peut s'avérer efficace pour renforcer l'engagement de Cevital auprès des parties prenantes locales et accroître sa visibilité dans la région.

11. Quels sont les avantages que l'action de mécénat donne à votre entreprise ?

Réponse:

Selon E2 E5 E6 : « Le mécénat présente plusieurs avantages pour Cevital :

- Amélioration de l'image de marque et de la réputation de l'entreprise
- Renforcement de la motivation et de l'engagement des collaborateurs
- Fidélisation de la clientèle et développement de nouvelles relations commerciales
- Amélioration des relations avec les collectivités locales et les parties prenantes. »

La réponse énumère les avantages attendus du mécénat pour Cevital, tels que l'amélioration de l'image de marque, la fidélisation de la clientèle et le renforcement de la motivation des employés. Ces avantages potentiels du mécénat s'alignent sur les objectifs stratégiques de Cevital et pourraient contribuer à la réussite de l'entreprise à long terme.

12. Comment les actions de mécénat de Cevital sont-elles perçues par les parties prenantes (salariés, clients, partenaires) ?**Réponse:**

Selon E1 E5 E6 : « Des études régulières nous permettent de comprendre comment les parties prenantes perçoivent nos actions de mécénat. Généralement, elles sont appréciées car elles :

- Donnent une image positive et socialement responsable de l'entreprise
- Démontrent l'engagement de Cevital sur le territoire
- Créé un sentiment de fierté chez les salariés
- Renforce la confiance des clients et partenaires.»

Les études régulières sont mentionnées pour évaluer la perception des parties prenantes à l'égard des actions de mécénat, mettant en évidence l'importance accordée aux retours d'expérience. Cette approche démontre que Cevital accorde une grande valeur aux opinions et aux perceptions de ses parties prenantes, ce qui témoigne d'un engagement envers la transparence, l'écoute active et l'adaptation en fonction des besoins et des attentes de ces parties. Cela indique également une volonté de maintenir une relation solide et mutuellement bénéfique avec ses parties prenantes, renforçant ainsi la confiance et la crédibilité de l'entreprise dans son environnement socio-économique.

13. Le mécénat est-il intégré à la stratégie de communication globale de Cevital ?**Réponse :**

Selon E1 E2 E4 : « Oui, le mécénat fait partie intégrante de la stratégie de communication globale de Cevital. Il permet de véhiculer les valeurs de l'entreprise et de renforcer son image auprès des parties prenantes. »

Le mécénat est considéré comme faisant partie intégrante de la stratégie de communication de Cevital, soulignant son rôle dans la transmission des valeurs de l'entreprise et dans le renforcement de son image. Cela démontre que Cevital reconnaît le potentiel du mécénat comme un outil de communication puissant pour promouvoir son identité et ses engagements envers la société et l'environnement

Action de mécénat Spécifique

« Coffin de Ramadan » :

1. Pouvez-vous présenter brièvement l'action de mécénat "Coffin de Ramadan" que vous organisez ?

Réponse:

Selon E3 E6 : « L'opération "Coffin de Ramadan" est une distribution de paniers alimentaires aux familles nécessiteuses pendant le mois de Ramadan. »

L'action "Coffin de Ramadan" consiste en la distribution de paniers alimentaires aux familles dans le besoin pendant le mois de Ramadan. Ce que cela démontre pour l'entreprise: Cette initiative témoigne de l'engagement social de Cevital envers les communautés locales, démontrant une sensibilité envers les besoins spécifiques des personnes défavorisées pendant une période importante du calendrier religieux.

2. Quels sont les objectifs de cette action ?

Réponse :

Selon E3 E6 : « Les objectifs du "Coffin de Ramadan" sont de nature sociale et solidaire. Cette action vise à :

- Venir en aide aux personnes démunies pendant cette période de fête
- Soutenir le pouvoir d'achat des familles en difficulté
- Manifester la solidarité de Cevital envers la communauté locale

Les objectifs de l'action "Coffin de Ramadan" sont de nature sociale et solidaire. Cette action démontre l'engagement de Cevital envers la responsabilité sociale en répondant aux besoins fondamentaux des personnes vulnérables de la société et en manifestant un souci réel pour le bien-être de la communauté.

3. Quels sont les critères de sélection des bénéficiaires du Coffin de Ramadan

?Réponse:

Selon E3 E6 : « La sélection des bénéficiaires du "Coffin de Ramadan" s'effectue en collaboration avec des associations donc c'est eux qui prennent en charge la distribution de nos couffins. »

Les bénéficiaires du "Coffin de Ramadan" sont sélectionnés en collaboration avec des associations caritatives chargées de la distribution des paniers alimentaires. En travaillant avec des associations, Cevital démontre son engagement envers la transparence et l'équité dans la distribution des aides, tout en valorisant le partenariat avec des acteurs locaux impliqués dans l'assistance sociale.

4. Avez-vous prévu des moyens de suivre l'utilisation des dons par les bénéficiaires ?

Réponse:

Selon E3 E6 : « Nous travaillons avec des associations caritatives reconnues pour leur sérieux et leur transparence. Elles assurent la distribution des paniers alimentaires directement aux familles et nous remettent un rapport d'activité. »

Le suivi de l'utilisation des dons est assuré par des associations caritatives qui fournissent un rapport d'activité à Cevital. Cette approche souligne l'importance accordée par Cevital à la transparence et à la reddition de comptes, garantissant que les dons sont utilisés de manière efficace et responsable pour répondre aux besoins des bénéficiaires.

5. De quelle manière cette action a-t-elle contribué à renforcer votre sentiment d'appartenance à Cevital ?

Réponse:

Selon E (avis personnel): « Participer à la distribution des "Coffins de Ramadan" est une expérience enrichissante. Cela me permet de :

- Se sentir utile et solidaire envers les personnes en difficulté
- Donner du sens à son travail en participant à une action positive pour la communauté
- Renforcer les liens de collaboration entre collègues
- Être fier d'appartenir à une entreprise engagée socialement.»

La participation à la distribution des "Coffins de Ramadan" est perçue comme une expérience gratifiante, renforçant le sentiment d'appartenance des employés à l'entreprise. Cette observation souligne le lien étroit entre l'engagement social de l'entreprise et le renforcement de la cohésion interne, montrant que les actions philanthropiques peuvent également avoir un impact positif sur le bien-être des employés.

6. Selon vous, quels sont les points forts de cette action ?**Réponse :**

Selon E3 E6 : « Son impact direct et concret sur les familles bénéficiaires

- Sa contribution à la solidarité et à la cohésion sociale sur le territoire
- La mobilisation des collaborateurs qui valorise leur engagement citoyen
- La bonne image qu'elle renvoie de Cevital auprès des parties prenantes

Les points forts de l'action incluent son impact direct sur les bénéficiaires, sa contribution à la solidarité sociale, la mobilisation des collaborateurs et l'image positive qu'elle renvoie de Cevital. Ces points forts mettent en évidence la valeur ajoutée de l'action "Coffin de Ramadan" tant sur le plan social que sur le plan de l'image de l'entreprise, renforçant ainsi sa réputation et son attractivité auprès des parties prenantes.

Axe 03 : La Responsabilité Sociale des Entreprises**1. Depuis quand l'entreprise Cevital pratique-t-elle la RSE ?****Réponse:**

Selon E1 : « Comme toutes les actions inscrites dans le processus d'amélioration continue, la démarche RSE adoptée par CIVITAL Agroalimentaire depuis 2019, après un accompagnement durant trois ans par le groupe CO- la Rochelle France. Elle suit son bout de chemin pour devenir un aspect incontournable du management. L'esprit RSE s'intègre peu à peu dans la culture de l'Entreprise. »

De ce fait, nous pouvons dire que depuis 2019 Cevital a adopté une démarche RSE prometteuse qui s'inscrit dans un processus d'amélioration continue, c'est grâce à l'assistance du groupe CO La Rochelle France, l'entreprise a réussi à intégrer progressivement l'esprit de responsabilité sociale des entreprises dans sa culture et à en fait un élément essentiel de son approche de gestion.

2. Comment l'entreprise Cevital pratique-t-elle sa démarche de RSE ?**Réponse :**

Selon E1 : « La première chose à faire est d'assurer une atmosphère de collaboration et de respect entre les responsables, qui doivent servir d'exemples de comportement professionnel. Il est essentiel de prendre des décisions de manière collective, en impliquant les

directeurs d'unités et les chefs de département, et de les discuter lors de réunions régulières, au moins une fois par mois. Ces réunions permettront de débattre des points stratégiques, sans se concentrer uniquement sur les chiffres qui auront déjà été abordés séparément. »

Il semble que l'entreprise vise à créer une ambiance de collaboration et de respect entre les dirigeants afin de garantir le bon déroulement de l'organisation. En servant d'exemple de comportement professionnel, les dirigeants peuvent créer un bon environnement à la prise de décision, engager les directeurs d'unités et les chefs de département dans cette démarche assure une variété de points de vue, les réunions organisées au moins une fois par mois, constituent une plateforme pour débattre des points stratégiques, sans concentrer sur les chiffres qui sont déjà discuter.

3. Dans quel but Cevital a mis en place la démarche RSE ?

Réponse :

Selon E1 : « L'entreprise choisit de se comporter en véritable société citoyenne, c'est-à-dire qu'elle doit rayonner là où elle est implantée, non pas par sa sobriété, mais par sa lumière, en créant ainsi un impact positif dans la communauté et en contribuant à son développement durable. »

Donc d'ici, Nous pouvons dire que le choix de l'entreprise de jouer un rôle de société citoyenne lui permet de s'imposer dans sa communauté d'implantation. Sa volonté d'apporter l'éclairage plutôt que de rester sobrement présente démontre son souhait de créer un impact positif durable et de promouvoir le développement de son environnement.

4. Comment l'entreprise Cevital identifie-t-elle et sélectionne-t-elle ses parties prenantes ?

Réponse :

Selon E1 E2 : « L'identification et la sélection des parties prenantes se font à travers trois attributs clés : la légitimité, le pouvoir et l'urgence. Il est important que les valeurs de l'organisation soient également intégrées par ses partenaires, afin qu'ils se comportent de manière cohérente. Il est essentiel de respecter les règles établies pour l'ensemble du personnel.

- Une liste des principales parties prenantes impliquées par l'organisation peut inclure :
- Les parties prenantes internes : employés, direction, actionnaires, etc.

Les parties prenantes externes : clients, fournisseurs, partenaires commerciaux, autorités réglementaires, ONG et communautés locales. »

Alors, l'identification et le choix des parties prenantes sont basés sur des caractéristiques essentielles telles que la légitimité, le pouvoir et l'urgence. Il est essentiel que les partenaires de l'organisation partagent les valeurs de l'organisation afin d'assurer une cohérence dans leurs comportements. Il est primordial que tous les membres du personnel respectent les règles établies. Le succès et la durabilité de l'organisation reposent sur l'implication et la gestion efficace des principales parties prenantes ; qu'elles soient internes ou externes.

5. Comment vous impliquez les parties prenantes dans la prise en compte des enjeux économiques, environnementaux et sociaux ?

Réponse :

Selon E1 E2 : « L'entreprise est en contact permanent avec une multitude de parties prenantes. La fréquence et les modalités de consultations différentes d'une partie prenante à une autre. La consultation est déléguée dans la mesure où chaque partie prenante est généralement liée à une fonction de l'entreprise. A titre d'exemple le service social (direction ressources humaines) travaille régulièrement avec la CNAS (Caisse Nationale des Assurés Sociaux) et la CNR (Caisse Nationale des Retraites). Pour ce qui est des ONG (Organisation Non Gouvernementale) et des associations caritatives la consultation se fait soit par le DRH (Qui fait partie de l'organe de gouvernance le plus élevé), soit par les personnes désignées. »

Nous remarquons que L'entreprise maintient une étroite collaboration avec différentes parties prenantes, chacune étant impliquée selon des fréquences et des modalités particulières. Cette consultation généralement déléguée, est structurée en fonction des missions de l'entreprise, comme le montre le lien entre le service social des institutions comme la CNAS et la CNR. la consultation des ONG et des associations caritatives est effectuée soit par le DRH, qui fait partie de l'organe de gouvernance le plus élevé, soit par des représentants désignés, mettent en évidence la complexité des interactions entre l'entreprise et son environnement.

6. Comment Cevital prend-t-elle en compte les attentes des parties prenantes dans sa stratégie RSE ?

Réponse:

Selon E1 E2 E3 : « Chez Cevital, on est convaincus que la réussite d'une entreprise passe par la prise en compte des attentes de toutes ses parties prenantes. C'est pourquoi on a mis en place une stratégie RSE qui intègre les besoins et les préoccupations de nos collaborateurs, de nos clients, de nos fournisseurs, des communautés locales et des autres acteurs de notre environnement.

On organise des dialogues et des concertations avec nos parties prenantes pour discuter des enjeux de développement durable.

On prend en compte les attentes de nos parties prenantes dans la définition de nos objectifs RSE. »

Nous remarquons que Cevital prend en compte les attentes des parties prenantes dans sa stratégie RSE. Cette démarche participative démontre la volonté de Cevital d'établir des relations durables et constructives avec ses parties prenantes.

7. Quels sont l'objectif de Cevital en matière de développement durable ?

Réponse :

Selon E1 E2 : « Cevital ambitionne d'être un modèle de bonne citoyenneté en adoptant une approche RSE proactive, à travers des actions en rapport aux trois composantes du développement durable :

Economique : un environnement VUCA

Dans un environnement VUCA- volatile complexe, incertain et ambigu--, il est d'une importance capitale à préserver l'outil de production et assurer en toutes circonstances la poursuite normale des activités. La PCA—plan de continuité des activités—et gestion de crises est perçu comme le moyen approprié pour pallier toute éventualité. Nous y travaillons pour mener à bonne fin ce projet vital.

Donc à travers la recherche permanente d'opportunités d'investissement dans des secteurs à forte ajoutée.

Sociale : l'employabilité, l'optimisation des ressources et l'absorption du chômage
la réalisation du chronométrage et de l'enrichissement des tâches à l'effet de repartir de façon

optimale et équitable la charge de travail est de nature à développer l'employabilité chez nos collaborateurs. Nous continuons à créer de l'emploi en cherchant constant des opportunités d'investissement créateur d'emploi et de richesse. **Au cours de l'année 2023 nous avons recruté 214.**

C'est bien que, à travers la création d'emplois de qualité, la promotion sur bien-être de ses employés, et son implication dans des communautés locales où elle est implantée.

- Environnemental : Préservation de l'environnement et rationalisation de la consommation en eau.

Contribuer activement à la préservation de l'environnement et des ressources hydriques pour la réalisation des objectifs du développement durable. Réalisations de différentes actions en vue préserver l'environnement (compagne de plantation d'arbre, opération de nettoyage, ect.)

Nous avons également lancé le projet de certification ISO 14001 relative au système de management environnemental premier audit environnemental est programmé pour le début de l'année 2024 visant la certification ISO 14000.

Nous continuons à travailler à la rationalisation de notre consommation en eau à travers notre plan dédié. Au cours de l'année 2023 les rations sont passées de 0,202 à 0,168, soit un gain de 0,034.

À travers la recherche et l'adoption de mesures qui favorisent la protection de l'environnement. »

Il semble que Cevital s'investit sérieusement dans une démarche de responsabilité sociale des entreprises (RSE) en tenant compte des trois piliers du développement durable : économique, social et environnemental. Ils mettent en œuvre des mesures telles que la planification de la continuité des activités, la création d'emploi de qualité et préservation de l'environnement. L'engagement qu'ils font envers la certification ISO 14001 démontre leur désir de se conformer à des normes environnementales rigoureuses.

8. Comment l'entreprise Cevital intègre-t-elle les considérations sociales environnementales et éthiques dans ces activités commerciales ?

Réponse :

Selon E1 E2 E6 : « Nous aidons nos clients en leur offrant des solutions pratiques et efficaces, comme l'achat de cocotes pour les aider à stocker le sucre, ainsi que la livraison de sucre liquide pour les faciliter dans leur processus de production. De plus, notre entreprise se

concentre sur la qualité de ses produits, en leur fournissant des certificats de qualification pour garantir la conformité aux normes les plus élevées. »

L'entreprise se distingue par son engagement indéniable envers ses clients, offrant des solutions comme l'achat des cocotes pour le stockage de sucre liquide. Son engagement constant envers la qualité est remarquable, avec des produits certifiés respectant les normes les plus strictes, ce qui renforce sa réputation de fiabilité et d'excellence.

9. Comment vous géré les risques liés à la responsabilité sociale ?

Réponse:

Selon E1 E2 E5 : « La responsabilité sociale comporte certains risques qu'il faut gérer :

- **Risque de "greenwashing"** (communication trompeuse sur les actions RSE)
- **Risque d'inefficacité des actions** si elles ne sont pas bien choisies ou évaluées
- **Risque de critiques** de la part de certaines parties prenantes

Pour limiter ces risques, Cevital s'assure de la transparence de sa communication, de la pertinence de ses actions et d'un dialogue ouvert avec les parties prenantes. »

La réponse établit le lien entre mécénat et RSE, en soulignant l'engagement concret de Cevital . Cette approche démontre la volonté de Cevital d'aller au-delà du simple sponsoring et de s'inscrire dans une démarche durable et responsable.

10. Quelles actions environnementales Cevital a-t-il déjà prises ?

Réponse :

Selon les 6 enquêtés :

Action réalisées en 2023 :

- **Opération de reboisement (plantation d'arbre) et nettoyage de l'air de jeux Sis-la forêt des 13 Martyrs.**

Déroulement : Le jour 12/01/2023 de 8H30 à 13H00, Zone de plantation c'est parc National de Gouraya « PNG », 13 Martyrs, Bejaia.

Action :

- a. Opération de nettoyage à proximité de l'air de jeux ainsi que les deux impacts sélectionnés par le PNG (Ramassage des déchets)
- b. Plantation de 300 plants de deux espèces (le Caroubier ainsi que le Pin d'Alep)

- c. La participation du personnel de Cevital en famille avec l'orientation du PNG ainsi que les différents partenaires au nombre de 280 personnes environs (entre adultes et enfants)
 - d. Collations et animation par l'association Barik El Amel (Mascottes, Clown ainsi qu'un magicien)
 - e. Pause déjeuner puis nettoyage et remise en état des lieux
- **Opérations Hygiène du milieu : du 06 janvier 2023 au 30 juin 2023 (chaque vendredi) : 30éennes d'opérations**

Nettoyage et Collecte des déchets divers au niveau de l'arrière port de Bejaia

Zones d'intervention

- Décharge sauvage (déchets ménagers)
 - Site 500/2 logements
 - Site 900 logements
 - Site 2000 logement
- Site 428 logement

Prestataires intervenants avec l'équipe CEVITAL, ETS-BENNAMARA :

- 3 Conducteurs
 - 2 camions bennes 15T
 - Un Rétro-chargeur
- **Opération de Nettoyage des plages de la commune de BOUKHLIFA**
Nettoyage et collète des déchets des plages de la commune de BOUKHLIFA (DJOUA, EL Meghra vers ACHERCHOUR). Le 08 Mai 2023, de 08H00 à 16H30

Moyens d'intervention lors de l'opération

- Moyens humains : 04 chauffeurs
 - Moyens matériels : 01 chargeur et 04 camions 15T
 - Nombre de rotations : 10 Rotation en moyenne par jour vers la décharge
- **Opération de nettoyage des Oueds de la ville de Bejaia**

Interventions au niveau des oueds de la ville de Bejaia en collaboration avec le partenaire ETS-BENNAMARA

Zone d'intervention

- Allant du portail de l'Université jusqu'à l'entrée du marché Edimco
- Coté Souk El fellah
- Allant vers la résidence universitaire du 17 Octobre jusqu'à la clinique du Rameau de l'olivier
- Coté Ecole des cadets
- Aboudaou
- Oued Melliana (El-kseur)

D'autres Actions :

- Actions sécurité : journées sur la sécurité avec nos enfants Cevital Agro-industrie

Sous le thème « Dessine-Moi La Sécurité », 10 juin 2023, 12 juin 2023.

Objectif : Opération « Dessine-moi la sécurité » par les enfants des collaborateurs de Cevital, dans le cadre de l'implémentation de la culture sécurité.

Tranche d'Age : Enfants de 6 à 12 ans

Participants : 800 enfants de collaborateurs sur l'ensemble des unités de Cevital.

Programme : Accueil des enfants ; mot de bienvenue, créer de l'intérêt sur le sujet de la sécurité ; démonstration de la PLS pour les enfants (premiers gestes de secours) par nos animateurs ; séance de dessins sur la sécurité, par les enfants...ect.

- Actions environnementales (Economie Circulaire) -2023 : Membre d'une communauté autour de l'économie circulaire.

Cevital est membre d'une communauté autour de l'économie circulaire avec plusieurs autres entreprises. Depuis le 23 janvier 2023 initiée et organisée par BNP-Paribas.

- Actions HSE et

Des séances de sensibilisation sur le risque de bruit ont été réalisées en présence du médecin et l'équipe HSE, Le 12 Septembre 2023 (2h par jour) . 111 Collaborateurs ont été sensibilisés sur 307 atteints.

- Animation STOP Accident

Organisation des animations interactives au sein de notre entreprise durant la période du 12 Décembre 2023 au 18 Janvier 2024, intitulé « STOP Accidents »

Lorsque nous observons ces initiatives mises en place par Cevital, il est évident que l'entreprise prend très sérieux son rôle de leader en matière de durabilité. Le reboisement, le nettoyage et l'éducation sont des exemples d'une approche globale de la responsabilité sociale et environnementale. La présence massive de divers intervenants témoigne d'une volonté commune de préserver l'environnement et de favoriser la sécurité. Cevital met en évidence l'importance d'une collaboration intersectorielle afin de construire un avenir plus propre et plus sécurisé pour tous.

Axe 04 : le mécénat et le renforcement de la RSE

1. Qui est le responsable de mécénat et la RSE au sein de votre entreprise ?

Réponse:

Selon E4 E5 E6 : « C'est toute l'équipe du commerce »

La réponse indique que la responsabilité du mécénat et de la RSE chez Cevital est partagée par toute l'équipe du commerce. Cette approche collective suggère une culture d'entreprise où la responsabilité sociale est intégrée à tous les niveaux de l'organisation, plutôt que confiée à un département ou à une personne spécifique. Cette implication généralisée renforce l'idée que la RSE est une préoccupation centrale et partagée au sein de l'entreprise.

2. Comment le mécénat s'intègre-t-il aux autres actions de RSE de Cevital ?

Réponse:

Selon E2 E4 E6 : « On ne voit pas le mécénat comme une action isolée. Elle fait partie intégrante de notre stratégie RSE, aux côtés d'autres actions comme la lutte contre le changement climatique, la promotion de l'éducation ou la création d'emplois. Parce qu'on est convaincus que le mécénat peut avoir un impact positif sur la société et l'environnement, et qu'il peut contribuer à rendre le monde meilleur. Voici quelques exemples concrets de la façon dont le mécénat s'intègre à notre RSE :

On soutient des projets d'éducation pour donner à tous les enfants, quelle que soit leur origine sociale, la chance de réussir. On finance des actions de protection de l'environnement pour préserver notre planète pour les générations futures. »

Nous constatons l'importance de la prise en compte des attentes des parties prenantes dans la stratégie RSE de Cevital. Cette démarche participative démontre la volonté de Cevital d'établir des relations durables et constructives avec ses parties prenantes

3. Comment cette action aide votre entreprise à renforcer sa responsabilité sociale?

Réponse:

Selon E3 E5 E6 : « on est convaincu que le mécénat n'est pas juste une question d'argent, c'est un engagement concret pour un monde meilleur. C'est pour ça qu'on en a fait un pilier de notre responsabilité sociale. Le mécénat nous permet de : Contribuer positivement au développement des territoires où l'on est implanté, Préserver l'environnement et promouvoir des pratiques durables, mieux comprendre les attentes de nos parties prenantes, et de prendre en compte leurs besoins dans nos actions. »

La réponse souligne la perception du mécénat comme étant plus qu'un simple soutien financier, mais plutôt un engagement concret pour un monde meilleur. Cela correspond au positionnement de Cevital qui considère le mécénat comme un pilier de sa stratégie de responsabilité sociale d'entreprise (RSE).

3. Comment Cevital implique-t-elle les employés dans initiatives de bénévolat ou de mécénat pour renforcer leur engagement envers la communauté locale ?

Réponse :

Selon E1 E6 : « En premier lieu, une enquête est conduite au sein de l'entreprise pour recueillir les opinions des employés sur leur engagement et leur satisfaction au regard des conditions de travail. Les résultats démontrent que l'engagement est presque universel, avec une proportion d'environ 90%. Cette forte implication est notamment due au fait que les employés sont régulièrement invités à participer à des activités de reboisement ou de nettoyage, ce qui leur procure un sentiment de participation active et de bienveillance envers l'entreprise. »

Dans l'entreprise, l'enquête a mis en évidence un niveau d'implication remarquable parmi les employés, atteignant près de 90%. La raison principale de cette forte implication réside dans les actions de l'entreprise pour promouvoir la participation active des employés à des activités utilitaires comme le reboisement et le nettoyage. Ces résultats mettent en évidence l'importance d'une culture organisationnelle axée sur l'implication et la responsabilité sociale,

mettent en évidence des méthodes de gestion qui encouragent le bien-être des employés et leur coordination avec les objectifs de l'entreprise.

4. Comment le mécénat contribue aux objectifs de durabilité et de responsabilité sociale de votre entreprise ?

Réponse :

Selon E1 E4 : « L'objectifs c'est quand on n'attend rien en retour, le mécénat, même pratiqué sans attente de retour direct, est important pour atteindre les objectifs de durabilité et de responsabilité sociale. Donc cette action permet de soutenir des causes importantes, de promouvoir un développement durable et équitable, et de renforcer les valeurs et la culture d'entreprise. »

Il est important de souligner que le mécénat, en tant qu'action, joue un rôle crucial dans la réalisation des objectifs de durabilité et de responsabilité sociale des entreprises, sans attendre un retour direct, mais de renforcer leur valeur et leur culture.

Cevital s'engage activement dans le mécénat pour plusieurs raisons majeures : soutenir le développement communautaire, renforcer son image et sa réputation, et améliorer la motivation et l'engagement de ses collaborateurs. L'entreprise a une politique formelle de mécénat et mène à bien des actions diversifiées dans différents domaines, avec un impact positif sur les bénéficiaires et sur l'image de Cevital. Le mécénat est également un outil de communication important pour l'entreprise, lui permettant de véhiculer ses valeurs et de renforcer son engagement auprès des parties prenantes.

L'analyse des actions de mécénat de Cevital révèle plusieurs points forts :

- Une démarche rigoureuse de sélection des projets
- Un impact concret sur les bénéficiaires
- Une contribution à la solidarité sociale
- Une mobilisation des collaborateurs
- Une image positive de l'entreprise.

Section 02 : Discussion des résultats

1. Discussion des résultats :

Après une phase de collecte de données sur le terrain suivie d'une étape d'interprétation et d'analyse approfondie, notre étude s'est penchée sur la validation des hypothèses formulées dans le cadre de notre recherche sur le mécénat et la responsabilité sociale chez Cevital agro-industrie.

D'après les enquêtés de notre terrain, Cevital se distingue comme un acteur majeur du mécénat et de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) en Algérie. Guidée par une vision stratégique globale, l'entreprise mène des actions concrètes et bénéfiques pour les communautés locales et l'environnement.

Le mécénat n'est pas une simple opération pour Cevital. Il répond à des objectifs concrets et mesurables. Il est important de dire que les motivations de Cevital pour le mécénat sont plurielles et s'inscrivent dans une vision stratégique globale. L'entreprise vise à contribuer au développement durable de l'Algérie en soutenant des projets porteurs. De plus, le mécénat permet à Cevital de renforcer son image et sa réputation d'entreprise responsable et engagée auprès de ses parties prenantes. Cette implication sociale contribue également à motiver et fidéliser les collaborateurs en leur permettant de s'impliquer dans des actions solidaires et porteuses de sens.

C'est pourquoi nous constatons, que le processus de sélection des projets de mécénat chez Cevital est rigoureux et méthodique. L'entreprise commence par définir les grandes causes qui lui tiennent à cœur, . Ensuite, elle évalue les projets proposés en fonction de leur alignement avec ses valeurs et son identité de marque, ainsi que de leur impact potentiel sur les populations et la société. Enfin, Cevital sélectionne les projets qui semblent les plus prometteurs et susceptibles de générer un impact positif durable.

L'entreprise Cevital s'appuie sur des actions diversifiées et bénéfiques dans le cadre de son engagement en matière de mécénat. Ces actions touchent à un large éventail de domaines, notamment la solidarité, l'environnement, la santé, le sport et l'éducation. Cevital a notamment apporté son soutien à des initiatives de solidarité, telles que la distribution d'eau et de coffins de Ramadan aux familles dans le besoin. Elle s'est également engagée dans la protection de l'environnement en organisant des opérations de nettoyage de plages et de vallées. Dans le domaine de la santé, Cevital a rénové des blocs opératoires d'hôpitaux et a fait don de générateurs d'oxygène pour lutter contre la pandémie de Covid-19. L'entreprise a également

soutenu des projets éducatifs en construisant et rénovant des écoles, et en organisant des rencontres pour sensibiliser les enfants à la sécurité routière.

En conclusion, les actions de mécénat de Cevital contribuent positivement au développement durable de l'Algérie et à l'image de l'entreprise, tout en renforçant la motivation et l'engagement de ses collaborateurs. Cevital se distingue ainsi comme un exemple exemplaire d'entreprise responsable et engagée, contribuant positivement à l'édification d'une société algérienne plus solidaire et durable.

2. Vérification des hypothèses :

En s'appuyant sur les résultats de l'enquête menée au sein de Cevital Agro-industrie portant sur le mécénat et la responsabilité sociale de l'entreprise, et après analyse des données recueillies auprès de l'échantillon d'étude, il est désormais possible de confirmer ou infirmer les hypothèses formulées en amont de cette recherche.

Hypothèse 01 : Le mécénat est un outil de communication privilégié pour CEVITAL dans sa démarche de responsabilité sociale et d'intérêt général.

Cette hypothèse est confirmée à travers les réponses de nos enquêtés sur l'axe 02, dans les Q1, Q3, Q5, Q7, Q8, Q11, Q12 Q13 ainsi la Q5 et Q6 de l'action « coffins de ramadhan » et sur l'axe 03 dans la Q9 et sur l'axe 04 dans la Q3, Q5.

Par exemple la réponse des E1, E2, E6 : « Notre entreprise s'engage dans le mécénat pour plusieurs raisons majeures :

- Contribuer au développement durable de l'Algérie en soutenant des projets porteurs dans l'éducation, la culture, le sport et l'environnement.
- Renforcer notre image et notre réputation d'entreprise responsable et engagée auprès de nos parties prenantes.
- Motiver et fidéliser nos collaborateurs en leur permettant de s'impliquer dans des actions solidaires et porteuses de sens.

Le mécénat est un axe stratégique pour Cevital, qui nous permet de concilier performance économique et responsabilité sociétale ».

Hypothèse 02 : CEVITAL diversifie ses actions de mécénat afin d'améliorer sa performance en matière de responsabilité sociale de l'entreprise.

Cette hypothèse est confirmée à travers les réponses de nos enquêtés sur l'axe 02, dans les Q2, Q4, Q4.1, Q10, et sur l'axe 03 dans la Q10 et sur l'axe 04 dans la Q2.

Par exemple la réponse des E3, E5, E6 : « On a le cœur sur la main chez Cevital ! On est toujours là pour aider ceux qui en ont besoin, que ce soit à travers des actions de mécénat ou de RSE.

Voici quelques exemples de ce qu'on a fait ces derniers temps :

- **Solidarité :**

On a distribué des palettes d'eau, environ 4 000 bouteilles, pendant le Hirak pour soutenir les Algériens.

On offre des coffins de Ramadan chaque année à des familles dans le besoin partout en Algérie.

Environnement : On a nettoyé les plages, comme celle de Tichy, et les vallées, comme Oued-Sghir, pour protéger notre belle nature.

Santé : On a rénové les blocs opératoires de plusieurs hôpitaux qui étaient en mauvais état pour que les malades puissent être soignés dans des conditions dignes.

On a acheté plus de 20 générateurs d'oxygène de grande taille pour aider les hôpitaux à lutter contre la pandémie de Covid-19. 2 d'entre eux ont été envoyés à Béjaïa et les autres ont été distribués par le ministère de la Santé.

Citer les différents dons dans le domaine de la santé octroyé en 2023 :

- Achat d'un climatiseur pour le service neuro chirurgie
- Don du médicament au CHU de Bejaia
- Prise en charge des visites médicale et soins médicaux en extra des prestataires et des visiteurs et clients.

Sport : On a soutenu une jeune kickeuse talentueuse d'Akbou pour qu'elle puisse réaliser son rêve de participer à une compétition aux États-Unis. On lui a payé son voyage (billet d'avion et hôtel) et on lui a fourni ses tenues de kickboxing, car elle n'avait pas les ressources financières nécessaires.

« En matière d'éducation, Cevital soutient des projets tels que :

Construction et rénovation d'écoles

On organise des rencontres au niveau des sites de productions pour les enfants, pour les initiés au respect de code de route, la sécurité ect... »

Conclusion

Conclusion

Au cours des dernières années, le mécénat s'est affirmé comme un acteur incontournable de la société, s'immisçant dans des domaines aussi variés que le social, l'éducation, le sport, la science et l'environnement. Cette implication croissante traduit une volonté d'aller au-delà du profit et de s'inscrire dans une démarche citoyenne porteuse d'utilité publique.

Nos recherches mettent en lumière le rôle fondamental du mécénat dans la communication des entreprises. Il leur permet de mieux s'intégrer à leur environnement, de renforcer leur image et de tisser un lien de confiance avec leurs parties prenantes, favorisant ainsi leur croissance.

Le mécénat se révèle ainsi comme un outil de communication précieux, permettant aux entreprises d'établir un lien durable avec des causes d'intérêt général. Cette association à des initiatives porteuses de sens contribue à façonner une identité sociale positive et à tisser des relations interpersonnelles et publiques durables, dans le respect d'une éthique irréprochable.

L'Algérie ne fait pas exception à ce phénomène, et de nombreuses entreprises ont choisi de s'engager par le mécénat. Parmi elles, CEVITAL, implantée à l'arrière-port de Bejaïa, illustre parfaitement cette démarche. Son implication dans le mécénat démontre sa volonté d'assumer une responsabilité sociétale et de contribuer au développement durable de son environnement.

D'après les résultats obtenus dans notre terrain, nous constatons que le mécénat est considéré comme un outil de communication puissant pour CEVITAL, groupe agroalimentaire algérien de premier plan.

Loin d'être un simple exercice de communication, le mécénat s'inscrit dans une vision stratégique claire et réfléchie chez CEVITAL. Il s'agit d'un outil stratégique pour une communication engagée et une RSE performante, permettant à l'entreprise de réaliser des objectifs ambitieux en matière de développement durable et de responsabilité sociétale.

CEVITAL sélectionne rigoureusement les projets soutenus, en se basant sur leur alignement avec ses valeurs et leur impact potentiel sur la société. Les actions de mécénat de l'entreprise reflètent un fort sentiment d'engagement et de solidarité envers la communauté,

Le mécénat de CEVITAL se distingue par sa diversité et son impact positif dans divers domaines clés, éducation, sport et environnement. Cette approche holistique permet à l'entreprise de maximiser son impact positif sur la société et l'environnement.

Conclusion

Les motivations de CEVITAL pour le mécénat sont multiples et stratégiques: contribuer positivement à la société algérienne, renforcer son image et sa réputation, motiver et fidéliser ses collaborateurs. Cette démarche s'inscrit dans une vision globale de la RSE, qui inclut également la lutte contre le changement climatique et la promotion de l'éducation.

En conclusion, CEVITAL démontre que le mécénat peut être un outil puissant pour les entreprises qui souhaitent s'engager de manière responsable et durable. Son exemple inspire et encourage d'autres acteurs économiques à s'investir dans le développement de leur communauté et à contribuer à un monde meilleur.

Malgré la richesse des informations recueillies, notre recherche n'a pas été exempte de difficultés.

Tout d'abord, la sensibilité des données relatives aux actions de mécénat, Certaines entreprises, comme CEVITAL, sont parfois réticentes à partager des informations détaillées sur leurs actions de mécénat, notamment pour des raisons de confidentialité ou de concurrence. Cela a pu restreindre notre accès à certaines données importantes pour notre recherche.

De plus, le manque de littérature et de données de référence sur le mécénat en Algérie, le mécénat est un domaine relativement récent en Algérie, et il n'existe pas encore beaucoup de recherches ou de données statistiques sur le sujet. Cela a pu compliquer notre travail de comparaison et de contextualisation des résultats.

Enfin, il convient de mentionner la rareté des entreprises qui exercent le mécénat en Algérie. Cela a pu limiter le choix de notre lieu de stage. Cette situation reflète un manque de sensibilisation aux enjeux et aux bénéfices du mécénat, tant du côté des entreprises que des pouvoirs publics.

Notre recherche sur le mécénat de CEVITAL ouvre de nombreuses pistes de recherche pour les étudiants intéressés par ce domaine tels que :

- Étude comparative du mécénat de CEVITAL avec d'autres entreprises algériennes et internationales. Cette étude pourrait permettre d'identifier les bonnes pratiques et les tendances du mécénat dans différents contextes

Conclusion

- Analyse de l'impact du mécénat de CEVITAL sur les bénéficiaires des projets soutenus. Cette analyse pourrait porter sur les aspects économiques, sociaux et environnementaux de cet impact.
- Exploration des enjeux éthiques du mécénat. Cette exploration pourrait porter sur la question de l'indépendance des bénéficiaires des projets soutenus et sur les risques de conflits d'intérêts.

Analyse du cadre juridique et fiscal du mécénat en Algérie. Cette analyse pourrait identifier les obstacles et les opportunités pour le développement du mécénat dans le pays.

La liste bibliographique

Liste Bibliographique

Ouvrage :

- Alex Mucchielli, le développement des méthodes qualitatives et l'approche constructive des phénomènes humains. Paris, 2005.
- André Sobczak, Nicolas Minvielle, Responsabilité globale, manager le développement durable et la responsabilité sociale des entreprises, 2011.
- Angers Maurice, initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, édition CEC, Paris, 1995-1999.
- Armand Colin, Le mécénat : Une histoire de l'art et du pouvoir, 2009.
- Bruno Boidin, Nicolas Postel, Sandrine Rousseau, la responsabilité sociale des entreprise : une perspective institutionnaliste .Villeneuve d'Ascq : presses universitaire de septentrion, 2009.
- Carrol Archie. A Three-dimensional conceptual model of corporate performance, Academy of management Review, 1979.
- Chrestian Vermeulin, Comprendre et entreprendre une démarche RSE, la responsabilité sociétale pour tous les entrepreneurs, 2012.
- Claude Menard, L'approche néo-institutionnelle : des concepts, une méthode, des résultats. Cahiers d'économie politique, paper in Political Economy, 2003.
- Drucker Peter, the new Meaning of corporate social responsibility, California Management Review, 1954.
- Durkheim, Émile. Les Règles de la méthode sociologique. Paris : F. Alcan, 1895.
- Fabrice Mauléon, François Silva, Management et Avenir, 2009.
- François Dépelteau, la démarche d'une recherche en sciences humaines, de Boeck université, 2000.
- François L'épineux, et autre, la RSE, la responsabilité sociales des entreprises, Théories et pratiques, Dunod, Paris, 2010.
- Friedman Milton, Capitalism and Freedom, Chicago, University of Chicago Press, 1962.

Liste Bibliographique

- Gro Harlem Brundtland, Notre avenir à tous, Our Common Futur, Report of the world Commission on Environne and Développement, 1987.
- Howard R, Bowen, F, Ernest Johnson , social responsibilities of the bussinessman, Harper, New York, 1953
- Ivana Rodié, Responsabilité sociale des entreprises, le développement d'un cadre européen 2007.
- Jean Marc Pescia, Introduction général à la communication, IFAG, 2017.
- Jean-Louis Loubet Del Bayle, Initiation aux méthodes de recherche en sociales, Paris, Le Harmattan, 2000.
- Jean-Luc et François-Régis Mahieu. La dimension sociale de développement durable : Réduction de la pauvreté ou durabilité sociale, Janvier 2002.
- Joachim Schopf, De la responsabilité sociale, Dans I2D-Information, Données Et Document, 2016.
- John Meyer, Brian Rowan, Institutionalized organization: Formalstructure as myth and ceremony. American journal of sociology 1977.
- Karl Polanyi, les différentes dimensions de l'économie solidaire 1975.
- Madeleine Grawitz, Méthodes des sciences sociales, 11ème édition, Paris, Dalloz, 2001.
- Philippe Arraou, Vincent LEMAIRE : Le mécénat : guide pratique une mission de l'expert-comptable, édition CSOEC, France, 2017
- Raymon Quivy, Manuel de recherche sciences sociales, édition 3, Dunod, paris, 2006
- René Passet, l'économique et la vivante 2 e édition. Economica, 1966.
- Rodolph Freeman., Strategic management a stakeholder rapproch, Boston, 1948
- Strange Tracey. & Bayley Anne. Sustainable development: Linking economy, society, and environment. OECD insights. Paris: OECD, 2008
- Thierry Libaert, et autre, Communicator Le guide de la communication d'entreprise. 6e édition. Paris : Dunod, 2012

Liste Bibliographique

- Weber, Max. Économie et société. Paris : Presses Universitaires de France, 1960
- Yoann Zaouch, la relation entreprises-association, d'une logique de mécénat à une stratégie de partenariat, édition collection working paper, Française de Belgique. juin 2011.

Articles :

- Arrêté du 6 janvier 1989 relatif à la terminologie économique et financière.
- Fonds De Dotation Weiss, les différentes formes de mécénat, publié le 2 janvier 2022.
- Guide du mécénat : une mission de l'expert-comptable, Comité_Mécénat, 2017
- Hales Hakima, Zouaou Nabila Essai d'analyse de la responsabilité sociale des entreprises en Algérie, cas de la willaya de Bejaia, mémoire de Master en science économique, option : Management Economique des Territoire et Entrepreneuriat, non publié, université Bejaia, 2014
- Organisation Internationale de Normalisation, la norme ISO 26000, Genève, 2010.
- Rapport .Oenea Consulting et Groupement de Recherche et d'Echange Technologique (GRET), Le marketing social au service des projets de développement, janvier 2010.
- Rajaa Dkadek, et autres, Revue D'étude en Management et Finance D'Organisation, Décembre 2016.

Mémoire :

- Clémence Blain, Mécénat et fondation d'entreprise : perspective des employés . mémoire de Master, non publié Ecole HEC Montréal, mai 2014.

Liste Bibliographique

- Gallou, d. Le mécénat en art moderne à l'époque contemporaine. Université de lorraine, département des lettres et science humaine, 2017-2018.
- Hales H., Essai d'analyse de la responsabilité sociale des entreprises en Algérie, cas de la willaya de Bejaia, mémoire de Master en science économique, option : Management Economique des Territoire et Entrepreneuriat, université Bejaia, 2014.
- Pasquero Jean, la responsabilité sociale de l'entreprise comme Object des sciences de gestion : un regard historique, in Marie-France Turcotte et André Salmon 2005, Responsabilités sociale et environnementale de l'entreprise, Sillery, QC : Presse de l'université du Québec.

Web graphie :

- ADMICAL, présentation de mécénat, sur le lien <http://admical.org/>.
- Apporter une dimension environnementale à ces études, c'est possible, sur le lien : www.lagazettedescommunes.com
- Dictionnaire Français LAROUSSE présentation de mécénat, sur le lien <https://www.larousse.fr>
- Formation en ligne la responsabilité sociale des entreprises (RSE) faisant affaire à l'international, sur le lien <https://economie.gouv.qc.ca>
- La RSE au Luxembourg, Les services aux entreprises, Starter kit RSE – Toolbox Analyse de matérialité Comprendre la RSE, sur le lien <https://.indr.lu/fr/les-services-aux-entreprise>
- Toupictionnaire, Le dictionnaire de politique en ligne, sur le lien <https://toupie.org>

Liste des Annexes

Annexe

Annexe 01 : Le guide d'entretien

Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

Université Abderrahmane Mira, Bejaia

Faculté des sciences humaines et sociale

Guide d'entretien

Etabli par mademoiselle :

CHAOU Narimane

BERKAS Imene

Encadré par :

Dr BENIDIRI Ikhelf

Premier axe : Les données personnelles

- Age
- Formation de base
- Fonction
- Expérience professionnelle

Deuxième axe : Le Mécénat

- Quelles sont les principales motivations de votre entreprise pour s'engager dans le mécénat ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Comment votre entreprise choisit-elle les projets de mécénat ?

.....
.....
.....
.....
.....

Annexe

- Existe-t-il une politique de mécénat formalisée et quels sont les objectifs ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Quels types d'actions de mécénat Cevital a-t-elle menées ces cinq dernières années ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Et pour les projets éducatifs ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Comment le mécénat peut-il renforcer la fierté d'appartenance à Cevital ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Concernant vos employés, est-ce qu'ils souhaitent s'impliquer dans des actions de mécénat ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Annexe

- Quels sont les messages clés que Cevital souhaite transmettre à travers son mécénat ?
.....
.....
.....
.....
.....
.....
- Comment le mécénat permet-il à Cevital de se différencier des concurrents ?
.....
.....
.....
.....
.....
.....
- Le mécénat de Cevital est-il concentré sur un domaine d'intervention particulier ?
.....
.....
.....
.....
.....
.....
- Existe-t-il une répartition géographique des actions de mécénat de Cevital ?
.....
.....
.....
.....
.....
.....
- Quels sont les avantages que l'action de mécénat donne à votre entreprise ?
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Annexe

- Comment les actions de mécénat de Cevital sont-elles perçues par les parties prenantes (salariés, clients, partenaires) ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Le mécénat est-il intégré à la stratégie de communication globale de Cevital ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Action de Mécénat Spécifique : « Coffin de Ramadan »

- Pouvez-vous présenter brièvement l'action de mécénat "Coffin de Ramadan" que vous organisez ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Quels sont les objectifs de cette action ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Quels sont les critères de sélection des bénéficiaires du Coffin de Ramadan ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Annexe

- Avez-vous prévu des moyens de suivre l'utilisation des dons par les bénéficiaires ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- De quelle manière cette action a-t-elle contribué à renforcer votre sentiment d'appartenance à Cevital ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Selon vous, quels sont les points forts de cette action ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Troisième axe : La Responsabilité Sociale des Entreprises

- Depuis quand l'entreprise Cevital pratique-t-elle la RSE ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Comment l'entreprise Cevital pratique-t-elle sa démarche RSE ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Annexe

- Dans quel but Cevital a mis en place la démarche RSE ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Comment l'entreprise Cevital identifie-t-elle et sélectionne-t-elle ses parties prenantes ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Comment vous impliquez les parties prenantes dans la prise en compte des enjeux économiques, environnementaux et sociaux ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Comment Cevital prend-t-elle en compte les attentes des parties prenantes dans sa stratégie RSE ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Quels sont l'objectif de Cevital en matière de développement durable ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Annexe

- Comment l'entreprise Cevital intègre-t-elle les considérations sociales environnementales et éthiques dans ces activités commerciales ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Comment vous gère les risques liés à la responsabilité sociale ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Quelles initiatives environnementales Cevital a-t-elle déjà prises ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Quatrième axe : Le Mécénat et le Renforcement de la RSE

- Qui est le responsable de mécénat et la RSE au sein de votre entreprise ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

- Comment le mécénat s'intègre-t-il aux autres actions de RSE de Cevital ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Annexe

- Comment cette action aide votre entreprise à renforcer sa responsabilité sociale ?
.....
.....
.....
.....
.....
.....
- Comment Cevital implique-t-elle les employés dans initiatives de bénévolat ou de mécénat pour renforcer leur engagement envers la communauté locale ?
.....
.....
.....
.....
.....
.....
- Comment le mécénat contribue aux objectifs de durabilité et de responsabilité sociale de votre entreprise ?
.....
.....
.....
.....
.....
.....

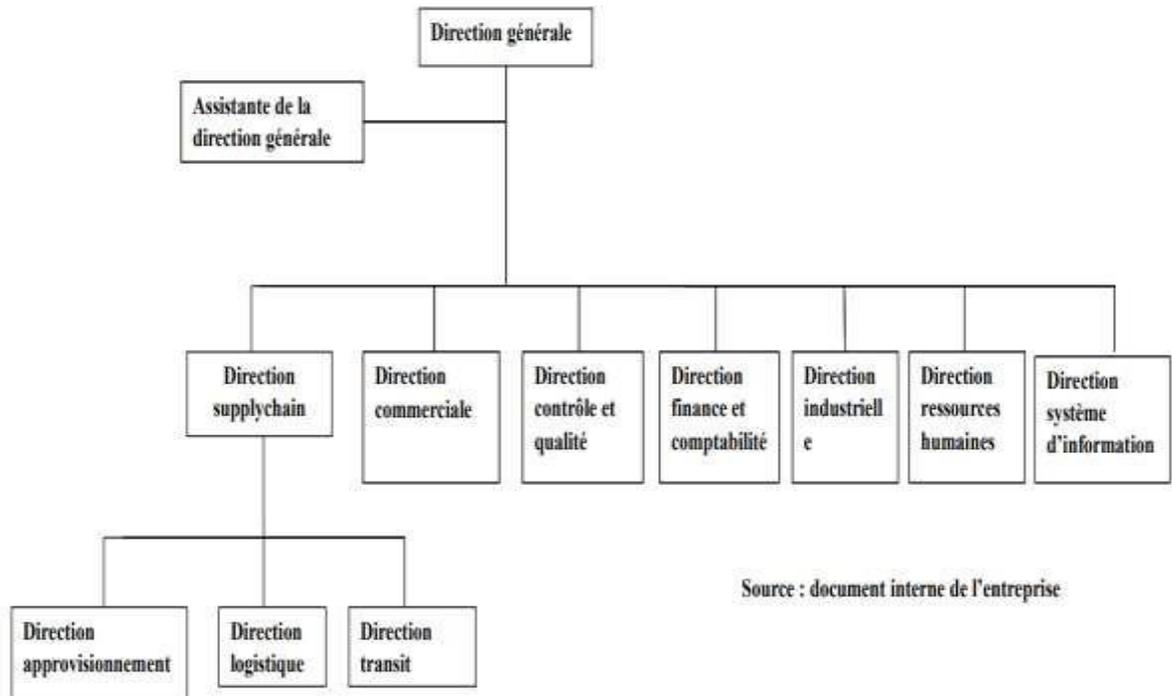
Annexe

Annexe 02 : La grille d'observation

Les variables de l'étude	Les éléments observés
Le mécénat	<ul style="list-style-type: none">• On a observé la présence de mentions de mécénat dans les rapports annuels de Cevital. Ces mentions décrivent les actions de mécénat menées par l'entreprise, ainsi que les impacts positifs générés.• On a observé la participation de Cevital à des événements liés au mécénat. Cette participation permet à l'entreprise de se positionner comme un acteur majeur du mécénat et de nouer des contacts avec d'autres acteurs du secteur.• On a observé le soutien de Cevital à des projets sportifs, éducatifs. Ce soutien permet à l'entreprise de contribuer au développement de la société et de renforcer son ancrage territorial.• On observe que l'action "Coffin de Ramadan" est une initiative appréciée par les bénéficiaires et contribue à renforcer l'image de Cevital auprès des parties prenantes. On note que l'entreprise s'assure de la bonne distribution des dons et du suivi de leur utilisation.• On observe que la participation des collaborateurs à cette action renforce leur sentiment d'appartenance à l'entreprise et leur engagement citoyen.
La responsabilité sociale de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none">• On a constaté la présence de mentions de RSE dans les rapports annuels de Cevital. Ces mentions décrivent les actions RSE menées par l'entreprise, ainsi que les performances réalisées.• On a constaté le dialogue de Cevital avec les parties prenantes sur la RSE durant la 4ème Rencontre de la Communauté Économie Circulaire. Ce dialogue permet à l'entreprise de prendre en compte les attentes de ses parties prenantes et de s'assurer de la pertinence de ses actions RSE.

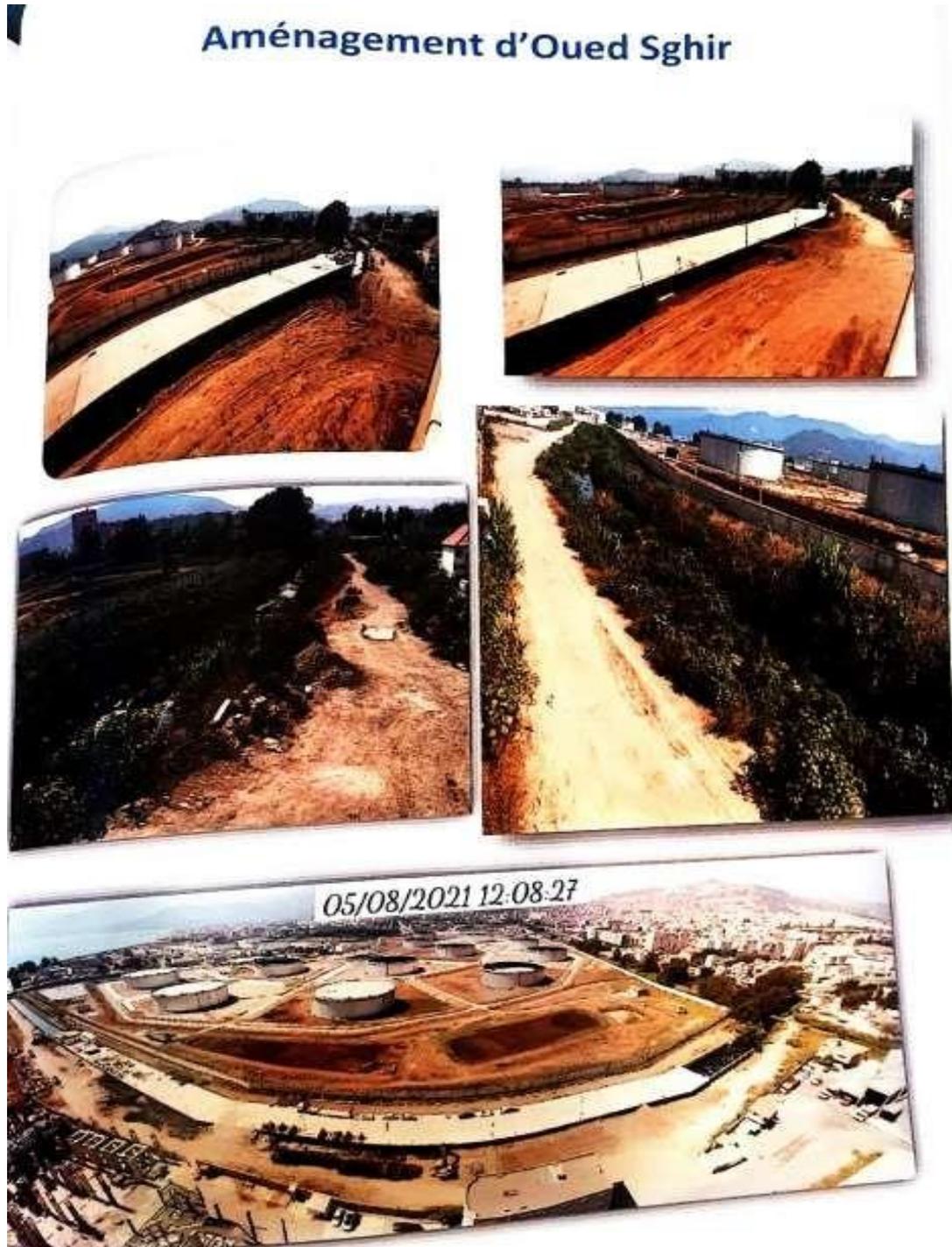
Annexe

Annexe 03 : L'organigramme de l'entreprise Cevital Agro-Industrie Bejaia



Annexe

Annexe04 : Aménagement d'oued Sghir



Annexe 05 : Partie Prenante de Cevital



Annexe

Annexe 06 : Action environnemental



Annexe

Annexe 07 : Les Produits de Cevital



Tables des matières :

Remerciement

Dédicaces

Sommaire

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Introduction

Cadre méthodologique

Chapitre I. Analyse conceptuelle

1. Problématique.....	05
2. Hypothèses.....	07
3. Objectif d'étude.....	07
4. Définition des concepts clés.....	08
5. Les indicateurs du phénomène d'étude.....	12
6. Les études antérieures.....	12

Chapitre II. La démarche méthodologique

1. Approche théorique.....	17
2. La méthode d'étude.....	19
3. Outils de l'étude.....	20
3.1 L'entretien.....	20
3.2 L'observation.....	21
4. L'échantillon de l'étude.....	22
4.2 4.1 Le type d'échantillonnage.....	23
4.3 4.2 La sorte d'échantillonnage et la procédure de sélection.....	23
4.4 L'élément de notre échantillon.....	24
5. Etapes de réalisation de l'enquête.....	24
5.1 La pré-enquête.....	24
5.2 Déroulement de l'enquête.....	25

Cadre théorique

Chapitre I : Généralité sur le mécénat

Section 01 : Historique, Définition de Mécénat

1.1 Historique de mécénat.....	29
1.2 Définition de mécénat.....	30
1.3 Mécénat d'entreprise.....	31

Section 02 : Les différentes formes et domaines de mécénat

2.1 Les différentes formes de mécénat.....	32
2.2 Les domaines de mécénat.....	35

Section 03 : Entre le sponsoring et le mécénat

3.1 La différence entre le Sponsoring et le mécénat.....	39
--	----

Chapitre II : Généralité sur la RSE

Section 01 : Définition, Origine et évolution de la RSE

1.1 Définition de la notion RSE.....	42
1.2 L'origine et l'évolution de la RSE.....	44

Section 02 : Fondement théorique de la RSE

2.1 La théorie économique néo-classique.....	46
2.2 La théorie des parties prenante.....	47
2.3 La théorie néo-institutionnelle.....	49

Section 03 : Développement durable et la RSE

3.1 La notion de développement durable.....	50
2.3 Les dimensions de développement durable.....	51
3.3 Le développement durable et la RSE.....	53

Cadre pratique

Chapitre I : Présentation des données de recherche

Section 01 : Présentation de lieu de la recherche

1. La présentation de l'organisme d'accueil CEVITAL AGRO-INDUSTRIE.....	58
1.1 Historique et évolution de l'entreprise CEVITAL AGRO-INDUSTRIE.....	58
1.2 La situation géographique de CEVITAL AGRO-INDUSTRIE.....	59
1.3 La gamme des produits CEVITAL AGRO-INDUSTRIE.....	60

1.4 La structure organisationnelle.....	61
Section 02 : Présentation des données de la recherche	
1. Analyses des données personnelles	
Chapitre II : présentation des résultats	
Section 01 : Analyse et interprétation de données	
Section 02 : Discussion des résultats	
1 Discussion des résultats.....	89
2 Vérification des hypothèses.....	90
Conclusion.....	94
Liste bibliographique	
Annexes	
Résumé	

Résumé :

Dans le cadre de notre recherche, nous avons abordé le sujet : « Le mécénat et responsabilité sociale de l'entreprise ». Cas d'étude : « Cevital Agro-Industrie Bejaia ». Notre objectif est de répondre à cette question centrale : « Comment l'entreprise Cevital intègre-t-elle le mécénat pour renforcer son engagement envers la responsabilité sociale ? », dans laquelle nous avons opté pour une méthode qualitative afin de bien expliquer qualitativement comment l'entreprise Cevital renforce-t-elle sa démarche RSE à travers les actions de mécénat. Et dans ce cadre, nous avons constaté que l'entreprise s'engage dans les actions de mécénat, et que ce dernier considéré comme un outil stratégique pour une communication engagée et une RSE performante, permettant à l'entreprise de réaliser des objectifs ambitieux en matière de développement durable et de responsabilité sociétale.

Mot clé : Mécénat, Responsabilité sociale d'Entreprise, Communication, Développement durable, Action social.

Abstract:

As part of our research, we addressed the subject: "Patronage and corporate social responsibility". Case study: "Cevital Agro-Industrie Béjaïa". Our objective is to answer the central question: "How does Cevital integrate philanthropy to strengthen its commitment to social responsibility?" », we opted for a qualitative method to explain how Cevital enhances its CSR approach through philanthropic actions. In this context, we found that the company engages in philanthropic actions and considers them a strategic tool for effective communication and robust CSR, allowing the company to achieve ambitious goals in sustainable development and social responsibility.

Keyword: Philanthropy, Corporate Social Responsibility, Communication, Sustainable Development, Social Action.

ملخص: في إطار بحثنا، تناولنا موضوع: "الرعاية والمسؤولية الاجتماعية للشركات". دراسة حالة: "سيفيتال للصناعات الزراعية - بجاية". هدفنا هو الإجابة على هذا السؤال المركزي: "كيف تدمج شركة سيفيتال الرعاية لتعزيز التزامها بالمسؤولية الاجتماعية؟". في هذا السياق، اخترنا طريقة نوعية لشرح كيفية تعزيز شركة سيفيتال نهجها في المسؤولية الاجتماعية من خلال أعمال الرعاية. وفي هذا الإطار، لاحظنا أن الشركة تنخرط في أعمال الرعاية، وأن هذا الأخير يعتبر أداة استراتيجية للتواصل الملتزم والمسؤولية الاجتماعية الفعالة، مما يسمح للشركة بتحقيق أهداف طموحة في مجال التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية

الكلمات المفتاحية: الرعاية، المسؤولية الاجتماعية للشركات، التواصل، التنمية المستدامة، العمل الاجتماعي.