

# ***LES DETERMINANTS DE L'IMPLICATION MECENIQUE DES ENTREPRISES : UN TEST DE LA THEORIE DES PARTIES PRENANTES***

Christel DECOCK GOOD  
Professeur

EDHEC  
58 rue du Port 59046 LILLE cedex  
tél. : 03 20 15 48 18  
E-mail : christel.decock@edhec.edu

## Résumé

Cet article présente une recherche sur les déterminants du mécénat d'entreprise, identifié comme stratégie de diffusion d'informations sociétales. Plus précisément, nous proposons un modèle inspiré de celui de Ullmann (1985) comportant quatre dimensions, relevant des théories des parties prenantes et de la légitimité. Ce modèle est testé sur 77 entreprises mécènes.

Mots clés. - responsabilité sociétale - théorie de la légitimité - théorie des parties prenantes.

## Abstract

*This article proposes a study about determinants of corporate social responsibility having regard to the community funding activities of companies. We submit a model with four dimensions, coming from Ullmann (1985) to test the stakeholder and legitimacy theory. Then it is applied to a sample of 77 French companies.*

*Key words. - corporate social responsibility - legitimacy theory - stakeholder theory.*

# Introduction

L'objectif de cet article est de présenter un modèle explicatif de la responsabilité sociétale des entreprises à travers le mécénat d'entreprise. Ce champ d'investigation s'inscrit dans le prolongement des travaux de thèse de Jolly (1990) sur le mécénat comme expression de la responsabilité sociétale des firmes. Cette responsabilité est alors la reconnaissance des conséquences sociétales de l'activité de l'entreprise, au sens large du terme, sur son environnement. Le choix du mécénat, qui constitue un champ spécifique de l'insertion des entreprises dans la communauté, est tenu puisqu'il s'agit de l'engagement sociétal des entreprises dans des domaines indépendants de leur activité économique. Bien qu'il ne constitue qu'une des modalités, il nous semble pertinent pour son caractère discrétionnaire *a priori*. Le modèle que nous proposons est inspiré de celui d'Ullmann (1985). L'intérêt de cette approche est de présenter un modèle de contingence intégrant la stratégie de l'entreprise, sa performance économique et son environnement.

A cette fin, l'article comporte deux sections. La première section présente notre problématique, les théories explicatives fondant le modèle et les hypothèses retenues. La seconde est relative aux résultats des tests sur un échantillon de 77 entreprises françaises et à une discussion.

## 1 Problématique et hypothèses

### 1.1. Problématique

Notre recherche a pour objet de présenter les déterminants de l'engagement sociétal des entreprises. Cet engagement pouvant se traduire par des formes de diffusion d'informations et de stratégies de communication, notre question est la suivante :

« Pourquoi les entreprises sont-elles impliquées dans le mécénat ? »

Afin d'y répondre, un examen de la littérature nous a conduit à retenir deux champs théoriques : la théorie des parties prenantes et la théorie de la légitimité.

La théorie des parties prenantes formalisée par Freeman (1984), postule que “ *tout groupe ou individu qui peut affecter ou est affecté par l'atteinte des objectifs de la firme.* ”<sup>1</sup>(Freeman, 1984, p 53). Hill & Jones (1992) en proposent une interprétation à travers la théorie de l'agence en plaçant comme principaux l'ensemble des parties prenantes.

Les hypothèses de base de l'argumentation sont les suivantes:

- (a) la firme est caractérisée par des relations avec plusieurs parties prenantes;
- (b) la métaphore du contrat s'applique à ces relations;
- (c) la firme, donc, peut être vue comme un ~~no~~id de contrats;

---

<sup>1</sup>Notre traduction de "any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the firm's objectives."

(d) les dirigeants sont les agents contractant pour la firme;

La relation d'agence semble pouvoir être utilisée pour expliquer la relation entre les parties prenantes de la firme (les principaux) et les dirigeants (les agents). Ces parties prenantes incluent les actionnaires, les créanciers, les employés, les clients, les fournisseurs, les communautés locales et le public.

Une approche plus précise est fournie par Mitchell, Agle & Wood (1997) retenant trois critères de pertinence des parties prenantes : la légitimité, le pouvoir et l'urgence :

- *Le pouvoir exercé* sur l'entreprise : cette condition est présentée comme nécessaire dans la mesure où la stratégie adoptée envers les groupes environnementaux est liée à leur pouvoir à travers les ressources qu'ils contrôlent et au degré d'interdépendance qu'ils ont avec la firme (Frooman, 1999 ; Gioia, 1999, Trevino et Weaver, 1999). Selon l'approche de Pfeffer et Salancik (1978), toutes les entreprises ont besoin de recourir à des ressources détenues par des groupes externes. En contrepartie, ces derniers demandent à ce que certaines attentes soient satisfaites, ce qui relève du pouvoir qu'ils exercent sur l'entreprise en terme de dépendance<sup>2</sup>.
- *La légitimité* : la légitimité associée au pouvoir conduit à une relation d'autorité. Cependant, la légitimité seule ne suffit pas.
- *L'urgence* : cette troisième dimension fait référence à une relation sensible au temps pour un groupe. Ce critère introduit une dimension temporelle ; il s'apprécie dans le contexte d'une situation donnée susceptible d'évoluer.

Chaque partie prenante est supposée intervenir dans la relation d'échange avec la firme et exercer un pouvoir plus ou moins formalisé. Cette approche souligne l'aspect stratégique de la théorie (Gioia, 1999; Bowen, Ducharme & Shores, 1995), par opposition à une approche éthique normative (Reed, 1999).

La seconde théorie que nous proposons d'utiliser est la théorie de la légitimité. Selon Guthrie et Parker (1989), la théorie de la légitimité postule que les diffusions d'informations par les entreprises sont des réactions aux pressions environnementales en vue de légitimer l'existence des firmes. « Cette théorie... suggère que les organisations ont pour but de produire une congruence entre les valeurs sociales internes (ou induites) de leurs activités et les normes sociétales. »<sup>3</sup> (Guthrie & Parker, 1989, p. 344). Plus précisément, notre recherche est fondée sur cette théorie à travers une typologie en identifiant la légitimité pragmatique et la légitimité morale. La légitimité pragmatique se réfère à une recherche d'adéquation ponctuelle de l'entreprise avec son environnement. La légitimité morale reflète une évaluation positive normative d'une organisation et de ses activités. Elle repose non pas sur des jugements d'une activité donnée par rapport à un évaluateur mais sur des jugements d'une activité bonne en soi ou non, par la société à un moment donné. Ces jugements sont généralement fondés sur les croyances relatives à la capacité d'une activité à promouvoir le bien-être sociétal.

Les formes que peuvent prendre la légitimité morale sont les suivantes:

---

<sup>2</sup> Il y a dépendance lorsque les « fournisseurs de ressources » sont concentrés, ont la capacité d'exercer une forme de contrôle, ne sont pas mobiles, non substituables ou que la relation est caractérisée comme essentielle.

<sup>3</sup> This theory is largely reactive in that it suggests that organizations aim to produce congruence between the social values inherent (or implied) in their activities and societal norms”

- l'évaluation des produits de l'organisation et de ses conséquences (légitimité conséquentielle);
- l'évaluation des procédures mises en place quand la performance n'est pas directement mesurable ou que les entreprises sont jugées sur la procédure mise en place;
- l'évaluation de la structure mise en place comme stratégie de réponse et élément symbolique de réponse.

## 1.2 Hypothèses

### *121. La formulation des hypothèses*

Les deux théories présentées ci-dessus nous ont permis de construire un modèle explicatif formalisé sous forme d'hypothèses, inspiré de celui d'Ullmann (1985). Le modèle de cet auteur comporte trois dimensions : les pressions des parties prenantes, la stratégie de réponse sociétale mise en place et le niveau de performance économique. Ces trois dimensions sont censées expliquer le niveau de diffusion d'informations sociétales.

Le modèle que nous proposons de tester en est largement inspiré puisqu'il comporte les quatre dimensions suivantes : les pressions des parties prenantes, la structure mise en place par l'entreprise, la performance économique et la légitimité recherchée liée à l'activité. Nous allons reprendre ces points dans les paragraphes suivants, afin de les préciser.

- **Première dimension: les pressions des parties prenantes**

Deux catégories de parties prenantes sont retenues: celles non économiques en relation indirecte avec la firme et celles économiques en relation directe.

Les groupes de pression et acteurs non économiques sont supposés exercer une pression positive. Ceux retenus sont les suivants.

**Les médias.** Formaliser la pression médiatique est délicat car elle est multidimensionnelle. Dans un premier temps, les médias peuvent agir sur les opinions et les croyances. Ils contribuent ainsi à la formation de « l'opinion publique ». Ce postulat stipule que les médias ont la capacité de concentrer l'intérêt du public sur un thème donné et de le faire apparaître comme important (Lazar, 1991). Dans un deuxième temps, la couverture médiatique d'événements peut également contribuer à l'exposition politique des firmes (Meznar, Nigh et Kwok, 1994). Ainsi, Brown et Deegan (1998) ont montré que la stratégie de diffusion d'informations écologiques et environnementales était dépendante de la pression médiatique. Cette exposition a donc renforcé les demandes sociétales et les risques d'exigences des différentes parties prenantes. Enfin, la couverture médiatique d'un événement peut également contribuer à l'élaboration d'une situation de crise. Ainsi, Labelle et Thibault (1998), Deegan, Rankin et Voght (1999) et Deegan, Rankin et Tobin (1999) ont analysé les crises environnementales ou « incidents » mesurés par leur effet dans les médias.

***Hypothèse 1 : il existe une relation positive entre la pression exercée par les médias sur une entreprise et son indicateur de responsabilité sociétale.***

Pour mesurer la pression médiatique, nous avons revu les articles de la presse écrite extraits d'un journal à réputation nationale, *Le Monde*. En effet, Winter & Eyal (1981) et Mutz & Soss (1997) montrent qu'un seul journal peut être utilisé lorsqu'il s'agit d'un journal prestigieux tel que *The New York Times* pour les États-Unis. Pour ces auteurs, un tel journal peut être approprié dans la mesure où il est une référence pour les autres médias. Par exemple, Brown (1971)<sup>4</sup> a montré que le journal *The Times* est un modèle pour les journaux télévisés. Par ailleurs, selon Brown & Deegan (1998), nous avons analysé le contenu de la presse écrite de la façon suivante. L'article a été considéré comme « défavorable » à l'entreprise s'il contenait de l'information au sujet de l'entreprise qui indiquait que ses opérations/ stratégies étaient au détriment d'une partie prenante. L'article a été considéré comme « favorable » à l'entreprise s'il contenait de l'information au sujet de l'entreprise qui indiquait que ses opérations/ stratégies étaient en faveur d'une partie prenante. Chaque article a été pondéré selon sa taille (nombre de mots) et la place qu'il occupait dans le journal. Pour cela, nous avons utilisé l'échelle de prix des publicités de ce journal entre la première page et la dernière. Pour notre échantillon, 4437 articles ont été codés. 10% de ces articles ont été validés par deux autres codeurs. La convergence de ces deux analyses a été mesurée par l'indicateur Kappa de Cohen (Perrault W. et Leigh L., 1989).

**Les proximités.** Posner & Schmidt (1984), Harte & Owen (1987) soulignent le rôle des proximités et leur prises en compte dans les stratégies d'entreprise. La communauté locale exerce une pression sur l'entreprise à plusieurs niveaux. Dans un premier temps, elle crée un contrat implicite avec l'entreprise reposant sur la mise à disposition d'infrastructure, de logistique, d'aides et sur une attente de retombées économiques locales. Dans un second temps, la communauté locale exerce un pouvoir politique potentiel.

***Hypothèse 2 : il existe une relation positive entre la pression des proximités et l'indicateur de responsabilité sociétale.***

Pour apprécier la pression de ces groupes, nous avons examiné la proportion d'actions de mécénat réalisées en région, en dehors de Paris et la région parisienne. Les actions engagées en région sont supposées rendre compte d'une pression locale alors que les actions centralisées sont davantage analysées comme une forme de communication.

**Les groupes liés au degré d'internationalisation des entreprises.** Le niveau d'internationalisation d'une entreprise est une variable qui contribue à sa visibilité politique et sociétale au même titre que sa taille (Ball & Foster, 1982 ; Raffournier, 1997; Watts & Zimmerman, 1978). Par ailleurs, les pratiques de diffusion d'information sociétale variant d'un pays à l'autre, les entreprises internationales sont enclines à diffuser plus d'informations sociétales que les autres firmes afin de se conformer aux pratiques des pays dans lesquels elles sont implantées (Perera & Mathews, 1990).

***Hypothèse 3 : il existe une relation positive entre le degré d'internationalisation d'une entreprise et l'indicateur de responsabilité sociétale.***

---

<sup>4</sup> Cité par Winter et Eyal (1981).

Pour ces groupes, nous avons mesuré leur influence par la proportion d'actions de mécénat réalisée à l'étranger, la proportion du chiffre d'affaires réalisée à l'étranger et le nombre de pays où les firmes étaient implantées.

Les groupes de pressions et acteurs économiques sont supposés exercer une pression négative ou indéterminée.

**Les créanciers.** Selon le modèle de Cornell & Shapiro (1987) repris par McGuire, Sundgren & Schneeweis (1988), les décisions des dirigeants doivent assurer aux différentes parties prenantes que leurs demandes implicites sont satisfaites. Les auteurs postulent que les dirigeants ont intérêt à privilégier l'utilisation de ressources les plus coûteuses afin de conserver à disposition des ressources moins coûteuses provenant de l'endettement. Les entreprises les moins endettées ont donc potentiellement une meilleure capacité à réagir aux pressions sociétales. Dans cette approche, on attend donc une relation négative entre le niveau d'endettement et le niveau de mécénat de la firme.

***Hypothèse 4 : il existe une relation négative entre le pouvoir des créanciers d'une entreprise et l'indicateur de responsabilité sociétale.***

La pression des créanciers a été mesurée par les ratios classiques de dettes/ capitaux propres et dettes/ total de l'actif.

**Les syndicats.** La position des syndicats sur l'engagement sociétal est ambiguë. Les mécénats de solidarité et de proximité peuvent engendrer des situations de conflit si l'entreprise est confrontée à des restructurations. Et le mécénat culturel peut constituer une perte de pouvoir du comité d'établissement, auquel participe les syndicats, puisque ce domaine relève des prérogatives de ces comités. Cependant, les syndicats permettent d'introduire certains critères de modalités d'application de la politique sociétale et contribuent dans ce sens à sa pérennité.

Les arguments évoqués sont de plusieurs ordres (Piquet, 1991) :

- les sommes dépensées pour le mécénat pourraient revenir aux salariés ;
- les salariés doivent y trouver une forme de privilège ;
- les actions culturelles sont du ressort des comités d'entreprise ; le mécénat introduit donc une perte de pouvoir des syndicats dans ce domaine ;
- les actions de solidarités devraient rester à l'initiative des salariés en dehors de l'entreprise ;
- les actions de solidarité de proximité sont très contestables au regard de la politique sociale et interne de l'entreprise ;
- le syndicat dispose de sa propre structure permettant de mener des actions culturelles et de solidarité.

Cependant,

- le syndicat peut contribuer à une bonne gestion des fonds versés à des associations et/ ou fondations ;
- le syndicat peut contribuer à la pérennité des actions de mécénat ;
- le syndicat peut être un garant du respect d'une déontologie de ces actions de mécénat.

Une étude plus précise sur la position des syndicats dans l'implication mécénique révèle que la CGT est davantage concernée, que les autres syndicats, par ce type d'engagement (Decock Good, 2000b).

***Hypothèse 5 : il existe une relation entre la pression syndicale dans une entreprise et l'indicateur de responsabilité sociétale.***

La pression syndicale a été estimée par la proportion de syndiqués CGT par branche d'activité.

- Deuxième dimension: la structure mise en place.

**La structure mise en place.** Un courant de la théorie de la légitimité postule que l'adoption de structures formelles est la manifestation du respect de règles institutionnelles dictées par la société : les politiques, les procédures, les programmes stratégiques seraient imposés par l'opinion publique, par la connaissance légitimée à travers le système éducatif, par le prestige social et par les lois (Meyer et Rowan, 1991, p.343). Selon ces auteurs, la mise en place de structures formelles et d'éléments rationalisés, répondant aux règles sociétales admises, maximise la légitimité de l'entreprise et traduit son adaptation à son environnement (Suchman, 1995).

Par ailleurs, d'après notre investigation, il est apparu que les entreprises mécènes créaient des fondations d'entreprise, y consacraient un département ou y détachaient une ou plusieurs personnes. Lorsque les actions de mécénat étaient ponctuelles, elles ont semblé davantage relever d'une structure qui ne leur était pas spécifique. Il s'agissait alors, par exemple, du département commercial, si elles avaient un caractère publicitaire<sup>5</sup>, ou du département des ressources humaines quand ces dernières étaient les cibles principales<sup>6</sup>.

Selon ces arguments, la structure formelle liée au mécénat est un élément d'internalisation de ces pressions institutionnelles environnantes. De ce fait, cette structure est liée à une recherche de congruence avec les revendications des groupes sociétaux. Par conséquent, notre hypothèse a été la suivante :

***Hypothèse 6 : il existe une relation positive entre la structure mise en place par l'entreprise pour le mécénat et l'indicateur de responsabilité sociétale.***

Pour tester cette hypothèse, nous avons utilisé une variable dichotomique, discriminant les entreprises ayant mis en place une structure formelle ou non.

- Troisième dimension: la performance économique.

La relation entre la performance économique et la responsabilité sociétale a suscité de nombreuses réactions. En effet, quelle que soit la mesure de l'engagement retenue (diffusion d'informations, indicateur de pollution, recueil de données par questionnaires, etc.), la relation a fait l'objet de plusieurs études et a provoqué de nombreux débats quant au sens de la causalité. La première école stipule qu'un niveau élevé de responsabilité engendre des coûts

---

<sup>5</sup> C'est le cas de l'entreprise Habitat. Au moment des fêtes de Noël 1997, du 15 novembre au 25 décembre 1997, Habitat et la Fondation Abbé Pierre ont organisé l'opération « 1000 lits pour les enfants mal logés ». En effet, Habitat, en tant que distributeur de meubles revendiquant l'art de vivre au quotidien, a mené une action ponctuelle non renouvelée. L'action ne revêt pas les critères de l'opération de mécénat car l'action commerciale et directement liée à l'action sociétale. Mais en utilisant l'image de la fondation Abbé Pierre, elle les revendique implicitement.

<sup>6</sup> C'est le cas du groupe Seb qui a mené une opération en vue de rassembler tous ses collaborateurs après plusieurs fusions / acquisitions. Les actions sont alors ponctuelles, les cibles sont internes et précises.

additionnels pouvant rendre la firme moins compétitive que les autres entreprises du même secteur (Vance, 1975 ; Bragdon et Marlin, 1972). Ces coûts résultant d'actions telles que les dons, la promotion de projets locaux, la mise en place de procédures pour le respect de l'environnement, etc., limitent les autres choix stratégiques de la firme.

La seconde école postule que la responsabilité sociétale est associée à une meilleure performance économique. Une meilleure perception de cette responsabilité améliore l'image de l'entreprise, ses relations avec ses partenaires économiques et, à long terme, sa position concurrentielle (Freeman, 1984 ; Ullmann, 1985 ; Roberts, 1992 ; Jones, 1995). Par ailleurs, le niveau de performance conditionne les demandes implicites et les attentes des différents groupes sociétaux. La plupart des études empiriques, quels que soient les indicateurs choisis, ont montré que le sens de la relation était positif. C'est pourquoi, nous avons retenu cette approche.

L'hypothèse testée a donc été la suivante :

***Hypothèse 7 : il existe une relation positive entre la performance de l'entreprise et l'indicateur de responsabilité sociétale.***

Au regard des recherches antérieures, nous avons utilisé les ratios de résultat sur fonds propres, résultat sur actif total et un ratio de marge brute d'exploitation.

• Quatrième dimension: la légitimité recherchée.

La théorie de la légitimité met en évidence plusieurs catégories de légitimité recherchée par l'entreprise, selon son activité ou ses objectifs. Deux formes identifiées par Suchman (1995) permettent de présenter une grille d'interprétation des entreprises mécènes. Les deux formes de légitimité que nous retiendrons sont présentées ci-dessous.

- La légitimité conséquentielle. Elle est liée à la spécificité de l'activité de l'entreprise. Les entreprises concernées sont celles dont l'activité est contestable au regard de la communauté parce qu'elle a un impact sur le bien-être sociétal (dégradation de l'environnement écologique, impact nuisible sur la santé). Il s'agit des entreprises polluantes mais aussi de l'industrie ou commerce du tabac et de l'alcool ou encore de jeu d'argent.

- La légitimité procédurale. Suchman (1995) postule que certaines entreprises sont jugées sur les procédures mises en place plutôt que sur leurs résultats. Deux cas sont envisagés par l'auteur. Ou bien, des raisons culturelles ou historiques incitent l'entreprise à mettre en place une procédure ; ou bien le manque d'indicateurs de performance concernant l'entreprise l'incite à faire valoir ses réalisations et sa conformité à ses objectifs par des procédures. *A priori*, la charge affective liée au mécénat et le fait que le terme de mécène “ *évoque quelqu'un qui vit dans le luxe, procède par offrandes et largesses* ” (Piquet, 1991, p 6) peuvent inciter les entreprises de l'industrie ou commerce des produits de luxe à s'engager dans ces actions sociétales. Leur activité les conduirait à mettre en place ce type d'offre d'informations sociétales. Le deuxième cas d'entreprises peut concerner les entreprises para-publiques dont l'intérêt général est recherché et la performance économique difficilement comparable aux autres entreprises, même pour celles d'un secteur concurrentiel, au niveau national ou international.

***Hypothèse 8 : il existe une relation positive entre le type d'activité de l'entreprise liée à la légitimité recherchée et l'indicateur de responsabilité sociétale.***

Pour cette hypothèse, nous avons utilisé également une variable dichotomique, selon l'existence d'une légitimité recherchée particulière ou non.

Finalement, l'ensemble des relations testées sont les suivantes:

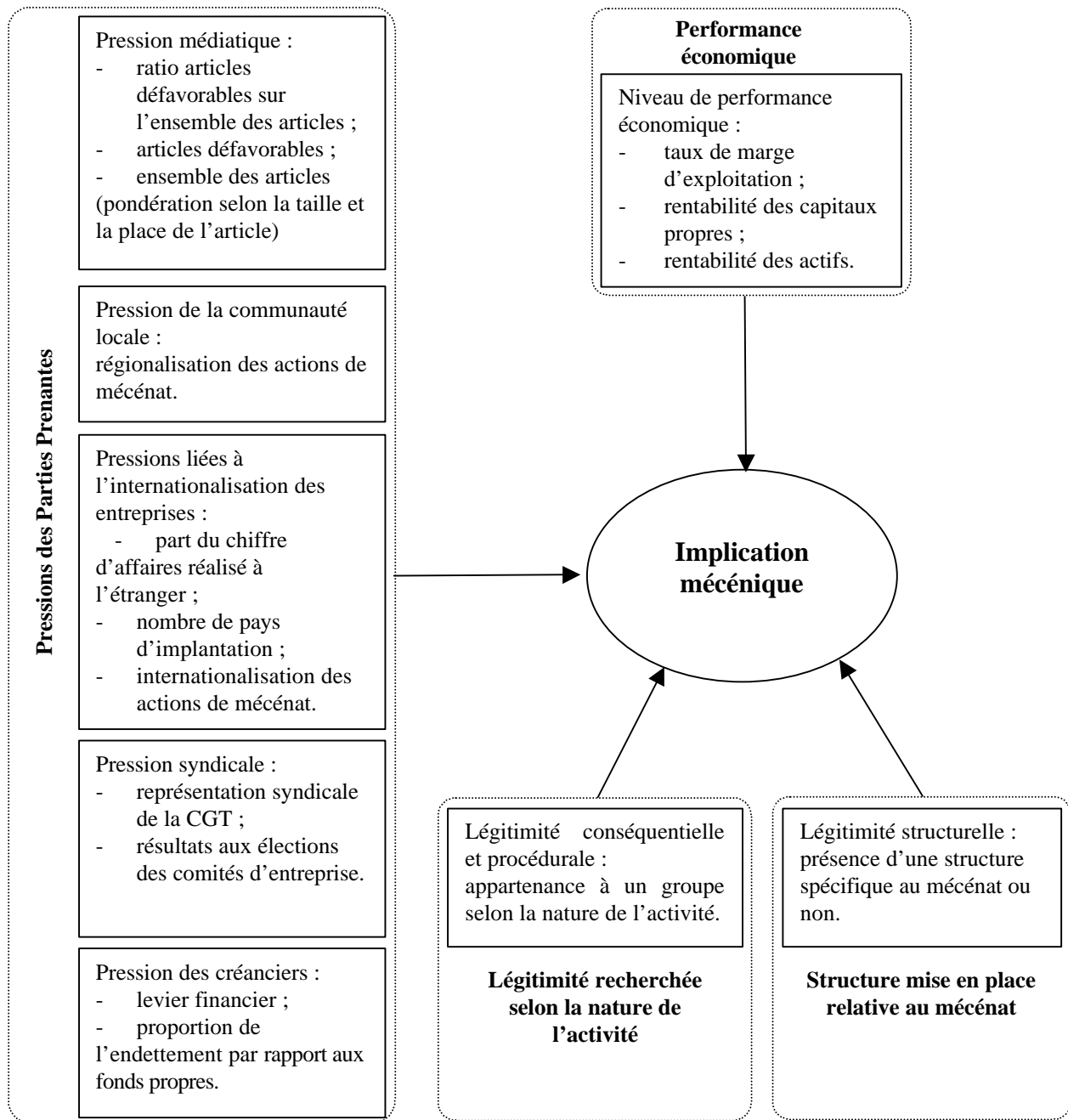
Hypothèses	1	2	3	4	5	6	7	8
	Pression syndicale	Pression des proximités	Pression médiatique	Pression des créanciers	Degré d'internationalisation	structure comme Stratégie	Performance économique	Légitimité recherchée
Indicateur de diffusion d'informations sociétales fondé sur le mécénat d'entreprise et la qualité des actions	??	++	++	---	++	++ Variable dichotomique	++	++ Variable dichotomique

Les indicateurs utilisés dans le modèle statistique figurent dans le tableau ci-après.

### Récapitulatif des variables utilisées

VARIABLE EXPLIQUÉE	INDICATEURS TESTÉS	INDICATEURS RETENUS
Implication mécénique	IM = nombre d'actions de mécénat pondérées selon leur nature (voir Decock Good, 2000 a, b).	IM
<b>DÉTERMINANTS</b>		
Pression syndicale	$\text{synd1} = \frac{\text{nombre de syndiqués actifs dans l'activité } i}{\text{nombre de syndiqués actifs dans toutes les activités}}$ synd2 = pourcentage des suffrages exprimés aux élections des comités d'établissements pour la Cgt et par secteur d'activité * taux de participation aux élections par secteur d'activité	Synd2
Pression médiatique	médias1 = articles défavorables $\text{médias2} = \frac{\text{articles défavorables}}{\text{articles total}}$ médias3 = articles consacrés à l'entreprise articles de <i>Le Monde</i> pondérés selon la taille et la place des articles	Medias1
Pression des proximités	Prox = régionalisation des actions de mécénat	Prox
Degré d'internationalisation	Inter1 = internationalisation des actions de mécénat Inter2 = nombre de pays différents d'implantation Inter3 = part du chiffre d'affaire réalisé à l'étranger	Inter2
Structure financière	levfi = dettes/capitaux propres créanciers = dettes/total du bilan	Levfi
Structure mise en place consacrée au mécénat	Structure mise en place = 1 s'il existe une structure spécifique au mécénat (département ou fondation d'entreprise) ; = 0 sinon.	Structure mise en place
Groupe d'appartenance selon l'activité	legit = 1 si l'entreprise a une activité impliquant une firme de légitimité conséquente = 0 sinon.	Legit
Performance économique	perf1 = rentabilité des capitaux propres (résultat sur capitaux propres) perf2 = resultat d'exploitati on/chiffre d'affaires (marge d'exploitati on) perf3 = résultat d'exploitati on sur actifs	Perf2

Le modèle peut se visualiser de la manière suivante :



## 122 La constitution de l'échantillon

L'échantillon d'entreprises retenu a été extrait du classement des 1000 plus grandes entreprises françaises classées par *L'Expansion* et étant impliquées dans le mécénat. Cette technique d'échantillonnage a été notamment recommandée par Gray & al (1995). Pour repérer les entreprises mécènes, plusieurs sources d'informations étaient disponibles (les ouvrages de praticiens, les revues, les associations). Nous avons retenu la plus fiable : l'Admical qui produit chaque année depuis 1983 un annuaire des entreprises mécènes. Un entretien avec le responsable de l'Admical nous a permis de nous assurer de la fiabilité et exhaustivité des

données. L'échantillon a été finalement constitué de 77 grandes entreprises françaises de société mère nationale et impliquées dans le mécénat sur quatre ans.

## 2 Résultats et discussion

### 2.1. Résultats

Le modèle présenté précédemment a été testé pour quatre années. Les résultats sont les suivants<sup>7</sup>:

#### Régressions multiples à partir de l'indicateur de responsabilité sociétale

1993	Médias	Légitimité	Structure mise en place	Pays	synd1	dettes/KP	rst/CA
Coefficient	1.03308E-05	-0.1013	-0.0160	-0.0019	-0.0365	0.0005	-0.3246
T de student	0.6428	-1.3641	-0.2243	-0.8644	-2.5369	0.0165	-1.0632
Probabilité critique	0.5225	0.1770	0.8232	0.3903	<b>0.0135</b>	0.9869	0.2914
R <sup>2</sup>	19.67%						
R <sup>2</sup> ajusté	11.52%						
F	2.4134						
Probabilité critique de F	0.0286						

1994	Médias	légitimité	Structure mise en place	Pays	synd1	dettes/KP	rst/CA
Coefficient	-6.5044E-06	-0.0575	-0.1521	0.0010	-0.0160	0.0494	0.2393
T de student	-0.6142	-0.9730	-2.6225	0.5296	-1.3920	1.6862	0.8671
Probabilité critique	0.5411	0.3340	<b>0.0107</b>	0.5981	0.1684	<b>0.0963</b>	0.3889
R <sup>2</sup>	23.50%						
R <sup>2</sup> ajusté	15.74%						
F	3.0277						
Probabilité critique de F	0.0078						

<sup>7</sup>les proxies retenues dans les équations ci-dessous sont celles qui présentent les meilleurs relations dans les régressions linéaires simples (non présentées dans cet article). Par ailleurs, l'hypothèse relative à la pression des proximités ne figure pas dans le modèle, les régressions simples n'ayant montré aucune relation significative.

1995	Médias	Légitimité	Structure mise en place	Pays	synd1	dettes/KP	rst/CA
Coefficient	7.9102E-06	-0.0661	-0.0877	-0.0019	0.0029	0.0289	-0.2924
T de student	0.4820	-1.1343	-1.5197	-1.0908	0.2467	0.8687	-0.9150
Probabilité critique de t	0.6313	0.2606	<b>0.1332</b>	0.2791	0.8059	0.3880	0.3634
R <sup>2</sup>	15.45%						
R <sup>2</sup> ajusté	6.87%						
F	1.8013						
Probabilité critique de F	0.1009						

1996	Médias	Légitimité	Structure mise en place	Pays	synd1	dettes/KP	rst/CA
Coefficient	-1.87197E-05	-0.0462	-0.1828	-0.0018	0.0061	0.0910	-0.3090
T de student	-1.1647	-0.6563	-2.6798	-0.8393	0.3967	2.1191	-0.7618
Probabilité critique de t	0.2482	0.5138	<b>0.0092</b>	0.4042	0.6928	<b>0.0377</b>	0.4488
R <sup>2</sup>	26.24%						
R <sup>2</sup> ajusté	18.76%						
F	3.5068						
Probabilité critique de F	0.0028						

Les résultats obtenus diffèrent d'une année sur l'autre mais permettent de valider les hypothèses suivantes :

- l'hypothèse relative à la structure financière est validée en 1994 et 1996 avec des seuils de probabilité critique de 9.63% et 3.77%. En revanche, l'hypothèse n'est pas validée les deux autres années.
- L'hypothèse relative à la structure mise en place est également validée à partir de 1994 et pour les deux années suivantes 1995 et 1996. Les seuils de probabilité critiques varient alors entre 7.9% et 5.3%.
- L'hypothèse relative aux syndicats est validée la première année, 1993, avec une probabilité critique de 5.9%. Les autres années, l'hypothèse n'est pas vérifiée.

Concernant la légitimité recherchée et la pression médiatique, les hypothèses ne sont pas vérifiées. Ces deux variables ne possèdent pas de pouvoir explicatif dans ce modèle; en revanche, elles apparaissent très significatives dans les tests de moyennes figurant ci-dessous :

### Tests des moyennes sur les indicateurs de responsabilité sociétale entre les entreprises selon le type de légitimité recherchée et les autres entreprises

	Activité contestée et indicateur 94	Activité contestée et indicateur 95	Activité contestée et indicateur 96	Activité contestée et indicateur 97
N <sub>1</sub>	33	33	33	33
N <sub>0</sub>	44	44	44	44
légitimité=1	0.2751	0.2138	0.2150	0.2658
ecart type	0.2268	0.1900	0.1921	0.2711
légitimité=0	0.4589	0.3348	0.3226	0.3852
ecart type	0.3345	0.2745	0.2525	0.3187
sc	0.2779	0.2421	0.2287	0.2993
t	-2.8722	-2.1696	-2.0425	-1.7326
seuil	<b>0.0026</b>	<b>0.0166</b>	<b>0.0223</b>	<b>0.0436</b>

Ces résultats montrent que selon la nature de l'activité, nous pouvons significativement partager notre échantillon entre les entreprises ayant une activité contestée (activité polluante, relevant de l'alcool et tabac, des jeux d'argent) ou une activité dont la tradition du secteur les incite à s'orienter dans une politique de mécénat (produits de luxe) et les autres entreprises. Les seuils de signification varient entre 0.26% et 4.36%.

Enfin, concernant la pression médiatique, les tests de moyenne sont effectués année par année et avec une année de décalage. En effet, concernant la pression médiatique, le découpage en année civile n'a pas de signification particulière. On compare donc le niveau moyen de l'indicateur de comptabilité sociétale entre les entreprises soumises à une pression médiatique et celles qui n'y sont pas soumises.

Les résultats sont les suivants :

### Tests des moyennes des indicateurs de responsabilité sociétale entre les entreprises soumises à une pression médiatique et celles non soumises

	indicateur 1993 et médias 1993	indicateur 1994 et médias 1993	indicateur 1994 et médias 1994	indicateur 1995 et médias 1995	indicateur 1995 et médias 1994	Indicateur 1996 et médias 1996	indicateur 1996 et médias 1995
N <sub>-1</sub>	36	42	42	40	40	46	46
N <sub>0</sub>	41	35	35	37	37	31	31
moy fg=1	0.3535	0.3239	0.2233	0.2569	0.2494	0.2633	0.2914
ecart type	0.2942	0.2826	0.2165	0.2730	0.2517	0.2425	0.2845
moy fg=0	0.4035	0.4477	0.3544	0.3110	0.3058	0.296090	0.397354
ecart type	0.3169	0.3221	0.2669	0.2178	0.2114	0.221727	0.323363
sc	0.3065	0.3012	0.2406	0.2481	0.2332	0.2344	0.3006
t	-0.7134	-1.7965	-2.3798	-0.9562	-1.0603	-0.6016	-1.5173
seuil	0.2389	<b>0.0382</b>	<b>0.0099</b>	0.1710	0.1462	0.2746	<b>0.0667</b>

Les résultats sont significatifs dans trois cas avec des seuils variant de 0.9% à 6.67% et le signe de la relation est toujours celui prédit par la théorie. Par ailleurs, ces résultats sont positifs une fois avec une année de décalage et deux fois sans décalage.

## 2.2. Discussion

Les résultats de cette étude présentent un intérêt pour plusieurs raisons. Tout d'abord, le seuil de signification du modèle fournit la preuve que la théorie des parties prenantes constitue un fondement approprié pour les études empiriques sur l'engagement sociétal et que des facteurs autres que la performance économique peuvent intervenir. Ensuite, le modèle d'Ullmann (1985) est en partie validé puisque des variables liées aux pressions des parties prenantes et à la structure mise en place sont validées. Cependant certaines de nos hypothèses ne sont pas apparues significatives dans le modèle alors qu'elles l'étaient prises individuellement comme la légitimité recherchée selon la nature de l'activité. Cette dimension, prise individuellement souligne la pertinence de la théorie pour expliquer l'implication sociétale.

Concernant la structure mise en place consacrée au mécénat, il est intéressant de constater que la création d'une fondation ou d'un département spécifique qui lui est consacré est une variable significative. Cela suggère que l'internalisation des demandes ou leurs considérations à travers une structure formelle conduit à une meilleure implication mécénique. La structure de l'entreprise aurait donc un impact sur son niveau de diffusion d'informations. Cette adéquation entre les demandes et pressions sociétales et la structure mise en place est mentionnée par Meyer & Rowan (1991, p.349). En effet, les auteurs postulent que : « *les organisations qui omettent les éléments légitimés environnementalement d'une structure ou qui créent des structures uniques ne fournissent pas de comptes acceptables légitimés de leur activité. De telles organisations sont plus vulnérables aux accusations de négligence, d'irrationalité ou d'inutilité* »<sup>8</sup>. Notre recherche peut donc trouver des développements dans le cadre de l'approche institutionnelle, également définie par Tolbert et Zucker (1983, p.25).

Par ailleurs, le modèle n'indique pas de relation entre la performance économique et l'engagement sociétal. Bien que la relation soit positive au stade des régressions simples, cette relation ne devient plus significative dans les régressions multiples. Il en est de même pour la pression médiatique qui apparaît très significative lorsqu'elle est individualisée alors qu'elle n'apparaît pas dans le modèle.

## Conclusion

Cet article a présenté un test empirique de la théorie des parties prenantes et de la légitimité à travers une étude sur les déterminants de l'implication mécénique des entreprises. Les résultats empiriques sont en partie cohérents avec notre modèle inspiré de celui de Ullmann (1985) et montrent que ces théories sont partiellement validées. Cette recherche peut trouver des prolongements dans des études de cas qui permettraient éventuellement de mettre en évidence d'autres facteurs et de décrire la pression exercée par d'autres parties prenantes.

Cependant, cette recherche n'est pas exempte de certaines limites. Bien que nous ayons recherché des approximations adaptées pour l'estimation du pouvoir des parties prenantes, la structure mise en place et la légitimité recherchée, les données utilisées constituent des limites au test du modèle. Par ailleurs, notre échantillon est composé de grandes entreprises françaises

---

<sup>8</sup> Notre traduction de « organisations that omit environmentally legitimated elements of structure or create unique structures lack acceptable legitimated accounts of their activities. Such organizations are more vulnerable to claims that they are negligent, irrational or unnecessary ».

mécènes : il nous semblerait abusif de transposer nos résultats aux moyennes et petites entreprises. Enfin, cette approche positive ne permet pas de saisir toutes les dimensions qui peuvent intervenir dans la prise de décision et peut donc trouver des prolongements.

## Bibliographie

Ball R. & Foster (1982) "Corporate financial reporting: a methodological review of empirical research", *Journal of Accounting Research*, vol 20, pp 161-234.

Bowen R.M., Ducharme L. & Shores D. (1995) "Stakeholders' implicit claims and accounting method choice", *Journal of Accounting & Economics*, vol 20, pp255-295.

Bragdon et Marlin (1972), « Is Pollution profitable ? », *Risk Management*, April pp 9-18.

Brown N. & Deegan G. (1998) "The public disclosure of environmental performance information--a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory" *Accounting and Business Research*, Winter, Vol 29, pp21-41.

Cornell B. & Shapiro A.C. (1987) "Corporate Stakeholders and corporate finance", *Financial Management*, spring, pp 5-14.

Decock Good C. (2000a) « Construction d'un indice de réputation sociétale et application empirique », *Congrès de l'AFC, Angers*.

Decock Good C. (2000b) « des déterminants de la responsabilité sociétale des entreprises : le cas du mécénat », thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Paris Dauphine.

Deegan C., Rankin M & Voght P. (1999) "Firm's Disclosure Reactions to Major Social Incidents: Australian Evidence", *European Accounting Association Congress*, May.

Deegan C., Rankin M. et Tobin J. (1999), « An examination of the corporate social disclosures of BHP from 1983-1997 : a test of legitimacy theory », *European Accounting Association Congress*, May.

Freeman R.E. (1984) *Strategic Management: a Stakeholder Approach* (Marshall, MA/ Pitman).

Frooman J. (1999), « Stakeholder Influence Strategies », *Academy of Management Review*, Vol 24, n°2, pp. 191-205.

Gioia D.A. (1999) "Practicability, paradigms and problems in stakeholder theorizing", *Academy of Management Review*, vol 24, n°2, pp 228-232.

Gray R., Kouhy R. and Lavers S. (1995): "Corporate social and environmental reporting a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol 8, n°2, pp 47-77.

Guthrie J. et Parker L.D. (1989), « Corporate Social reporting: a rebuttal of legitimacy theory », *Accounting and Business Research*, Vol 19, n°76, pp. 343-52.

Harte G. F. & Owen D. L. (1987): "Accounting as reality construction: the role of local government social audits", *Accounting, Organizations & Society*, Vol 12, n°2, pp 123-141.

Jolly D. (1990), « Mécénat d'entreprise : expression de stratégies sociétales ? », Thèse de doctorat ès sciences de gestion, Université d'Aix-Marseille III.

Jones T. M. (1995) "Instrumental Stakeholder Theory: a Synthesis of Ethics and Economics", *Academy of Management Review*, Vol 20, n°2, pp 404-437.

Labelle R. & Thibault M. (1998): "Gestion du bénéfice à la suite d'une crise environnementale : un test de l'hypothèse des coûts politiques", *Comptabilité Contrôle Audit*, Vol, pp 69-82.

Lazar J. (1991), *Sociologie de la communication de masse*, Armand Collin.

Marcus A.A. & Goodman R.S. (1991) "Victims and shareholders: the dilemmas of presenting corporate policy during a crisis" *Academy of Management Journal*, Vol 34, n°2, pp 281-305.

McGuire J.B., Sundgren A. & Schneeweis T. (1988): "Corporate social responsibility and firm financial performance", *Academy of management journal*, Vol 31, n°4, pp 854-872.

Meyer J.W. & Rowan B. (1991) "Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony", *American Journal of Sociology*, vol 83, n°2, pp 340-363.

Meznar M. B., Nigh D. & Kwok C.C.Y. (1994) "Effect of Announcements of Withdrawal from South Africa on Stockholder Wealth" *Academy of Management Journal*, pp1633-1649.

Mutz D.C. et Soss J. (1997), « Reading Public Opinion The Influence of news coverage on perceptions of public sentiment », *Public Opinion Quarterly*, Vol 61, pp. 431-451.

Perera M.B.H. & Mathews M.R. (1990) "The cultural relativity of accounting and international patterns of social accounting", *Advances in International Accounting*, Vol 3, pp 215-251.

Perrault W. et Leigh L. (1989), « Reliability of nominal data based on qualitative judgements », *Journal of Marketing Research*, 26, mai, pp. 135-148.

Pfeffer J. et Salancik G.R. (1978), *The External Control of Organisations. A Resource Dependence Perspective*. New York: Harper et Row.

Piquet S. (1991) "Version antique et version moderne du mécénat", *la revue française de gestion*, mars-avril-mai, pp 5-17.

Posner & Schmidt (1984) "Values and the American Manager : an Update", *California Management Review*, Vol XXVI, n°3, spring, p202-216.

Raffournier B. (1997) "The determinants of voluntary financial disclosure by Swiss listed companies: a reply" *The European Accounting Review*, 6:3, p 493-496.

Reed D. (1999) "Stakeholder Management Theory, a critical theory perspective", *Business Ethics Quarterly*, vol 9, n°3, pp 453-483.

Roberts R.W. (1992): "Determinants of corporate social responsibility disclosure: an application of stakeholder theory", *Accounting, Organizations and Society*, Vol 17, n°6, pp 595-612.

Suchman Mark C. (1995) "Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches", *Academy of Management Review*, Vol 20, n°3, pp571-610.

Trevino L.K. et Weaver G.R. (1999), « The Stakeholder research tradition: converging theorists- not convergent theory », *Academy of Management Review*, Vol 24 n°2, pp. 222-227.

Ullmann A.A. (1985): "Data in search of a theory: a critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and economic performance of U.S. firms", *Academy of Management Review*, Vol 10, n°3, pp 540-557.

Vance S.C. (1975), « Are Socially Responsible Corporations Good Investment Risks ? », *Management Review*, Vol 64, pp. 18-24.

Watts R. & Zimmerman J. (1978) “Towards a positive theory of the determination of accounting standards”, *The Accounting Review*, 53, pp 112-134.

Winter J.P. et Eyal C.H. (1981), « Agenda Setting for Civil Rights Issue », *Public Opinion Quarterly*, Vol 45, pp. 376-383.