



Munich Personal RePEc Archive

**Social Responsibility and Environmental  
Ethics - Elements of the Ecological  
Culture in 21st Century Organizations:  
A study on Romanian companies**

Mironiuc, Marilena

Alexandru Ioan Cuza University of Iasi, Romania

3 July 2008

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/9423/>  
MPRA Paper No. 9423, posted 03 Jul 2008 14:02 UTC

# LA RESPONSABILITÉ SOCIALE ET L'ÉTHIQUE ENVIRONNEMENTALE – ÉLÉMENTS DE LA CULTURE ÉCOLOGIQUE DANS LES ENTREPRISES DU XXI<sup>e</sup> SIÈCLE : L'ETUDE SUR LES ENTREPRISES ROUMAINES

**Marilena MIRONIUC**

Université "Alexandru Ioan Cuza", Iași, Roumanie  
Faculté d'Economie et d'Administration des Affaires

## *Résumé*

Pendant la dernière décennie, la communauté des affaires, et surtout les entreprises qui opèrent dans les secteurs responsables pour la dégradation de l'environnement sont considérées comme des sujets qui ont le rôle principal dans l'assurance du développement durable. Elles doivent faire face à des pressions des *stakeholders*, qui veulent connaître leur position vis-à-vis du développement durable, dans les trois dimensions: développement économique, générateur de profits et emplois; le développement social, comme garantie du bien-être et du respect des droits de l'homme; le développement environnemental, qui doit assurer la protection des ressources naturelles et la possibilité de l'écosystème d'absorber et tolérer la pollution. Elle est définie comme durable l'entreprise socialement responsable. Cet ouvrage est le résultat d'une démarche d'investigation, analyse du cadre théorique actuel et synthèse bibliographique concernant la responsabilité sociale de l'entreprise et l'éthique environnementale. On réalise premièrement une incursion historique dans la problématique de la responsabilité sociale de l'entreprise, puis on présente les raisons qui justifient le comportement socialement responsable dans le monde contemporain. Pour évaluer le degré de responsabilisation des entreprises roumaines dans les actions de protection de l'environnement, on a réalisé une analyse empirique sur un échantillon représentatif des entreprises de Roumanie.

*Mots-clés: responsabilité sociale de l'entreprise, culture pro-responsabilité sociale*

## *Abstract*

During the last decade, the business community especially the companies that operate in the fields responsible for the degradation of the environment, are seen as subjects whose main role is to ensure sustainable development. They must face growing pressures from the stakeholders, who wish to know their position regarding sustainable development, in its three dimensions: economical development, that generates profits and jobs; social development, as a guarantee for the well-being and for the compliance to human rights; environmental development, which must ensure the preservation of natural resources and the ability of the ecosystem to absorb and tolerate pollution. A company is defined as sustainable if it is socially responsible. This paper is the result of a process of investigation, of an analysis of the

present framework, and of a bibliographical synthesis in the field of social responsibility and environmental ethics. First of all, we have made a historical incursion in the problematic of social responsibility of companies, and then we have mentioned the most important challenges that justify socially responsible behavior in today's world. In order to point out the degree of responsibility of Romanian enterprises, regarding the actions for the protection of the environment, we have drawn an empirical analysis on a representative sample of Romanian companies.

*Key Words: corporate social responsibility, pro-social responsibility culture*

### **1. Incursion historique dans la problématique de la responsabilité sociale de l'entreprise: une revue de la littérature**

Les racines de la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) ne sont récentes, même si ce concept a commencé à attirer l'attention surtout à partir des premières décennies du 20<sup>e</sup> siècle. Le comportement responsable est né au moment où les gens ont commencé à développer des relations du type économique, mais pendant les dernières années cette pratique a été reconnue comme nécessaire et compatible avec le but de l'entreprise d'obtenir du profit et du bien-être social.

Pendant les années '50, l'expression *Corporate Social Responsibility* était présente dans la doctrine des entreprises des Etats-Unis, étant liée au thème social et à la relation de l'entreprise avec l'environnement (Marchetti S., 2006). En cette période, les grandes compagnies américaines étaient accusées de certaines pratiques antisociales et on a essayé d'amoindrir leur pouvoir par des lois antitrust, par des actes normatifs bancaires et par des lois qui protégeaient les consommateurs (Bianchini M., 2004). Dans ces conditions, les hommes d'affaires étaient obligés de respecter ces polices et d'adopter seulement les décisions acceptées par la société, en termes de valeurs et d'objectifs. Ainsi est survenue la nécessité que les entreprises assument des obligations sociales en parallèle avec leurs fonctions économiques, de production et de commercialisation, orientées vers l'obtention du profit. Déjà, à partir de cette période, les entreprises étaient vues comme des sujets qui jouaient un rôle important pour garantir le progrès social et cultural, aussi bien que pour améliorer le bien-être de la société civile.

Dans les années '70, les discussions sur la « *réceptivité sociale de l'entreprise* » se sont intensifiées, surtout concernant la manière dont les entreprises peuvent s'adapter aux besoins de la société et aussi concernant la « *performance sociale de l'entreprise* », c'est-à-dire les résultats des actions de responsabilisation sociale initiées par les entreprises (Stancu A., Orzan M., 2006). Dans la même période est apparue une série d'idéologies de l'environnement, à mesure que les sociétés industrialisées sont devenues conscientes de la gravité des problèmes liés à l'environnement. Ainsi, pour la première fois, en 1972, lors de la Conférence sur l'Environnement de Stockholm, ont été mises les bases du développement d'une politique environnementale au niveau international (Turner K. R., Pearce W. D., Bateman I., 2003).

Pendant la décennie suivante, la théorie des *stakeholders* (*stakeholders theory*) apporte des contributions importantes concernant la responsabilité sociale de l'entreprise. R. E. Freeman, le représentant principal de cette théorie, change le paradigme des *stakeholders* de Milton Friedman, qui considérait que « la seule responsabilité sociale des affaires est d'utiliser leurs ressources et de s'impliquer dans des activités visées à augmenter les profits, tout en respectant les règles du jeu, pratiquant une concurrence ouverte et libre, sans tromperies ni fraudes » (Friedman M., 1962). L'augmentation de la valeur pour les actionnaires et sa maximisation représentaient, dans l'opinion de cet auteur, la plus grande responsabilité de l'entreprise. Mais la théorie fondée par R. E. Freeman affirme que les entreprises ont un but public plus large: celui de créer une valeur pour la société, comportant des responsabilités multiples envers tous les *stakeholders* qui interagissent avec l'entreprise (Freeman R.E., Werhane P., 1999). Les intérêts parfois opposés des *stakeholders* doivent être réconciliés, dans l'opinion de l'auteur, si l'on veut que l'entreprise survive et se développe. Le rôle majeur dans la réconciliation des parties revient au dirigeant qui, grâce à son pouvoir décisionnel et à l'accès aux informations, cherche à maximiser une fonction d'utilité multicritère, remplie par lui-même aussi bien que par les sujets impliqués dans l'activité de l'entreprise, sous la restriction de l'existence d'un profit minimum, absolument nécessaire pour préserver la position du dirigeant. Il était nécessaire de repenser les modèles de gestion des grandes entreprises et de passer des modèles de responsabilité monocratique à des modèles de responsabilité des parties prenantes multiples. Dans la même période, l'approche des parties prenantes et le concept de *Business Ethics* – l'éthique des affaires, conformément auquel on attribuait une signification morale aux actions individuelles et collectives des partenaires d'affaires et aux conséquences sociales de l'activité des entreprises, s'imposaient comme des éléments constants de la gestion stratégique des entreprises. En plus, la responsabilité des opérations économiques qui se reflètent sur le plan social était vue par les entreprises comme représentant une opportunité pour les affaires (Marchetti S., 2006).

La théorie des *stakeholders* montre ses limites à la fin des années '80 et au début des années '90, quand on a constaté qu'il est difficile de construire une affaire prospère, responsable, qui ne génère pas un impact négatif sur les individus et sur l'environnement. Dans ce contexte, la Commission Mondiale pour l'environnement et le développement (*World Commission on Environment and Development*), appelée aussi la Commission Brundtland des Nations Unies (1987), met les bases du concept du développement durable, qui signifie « le développement qui satisfait les besoins de succès de la génération présente sans compromettre les attentes des générations futures de satisfaire leurs propres besoins » ([www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int), 2004). En essence, cette définition est basée sur le concept de « nécessité », qui nous fait voir le développement économique en tant que moyen d'amélioration de la qualité de la vie. En 1992, à Rio, au cadre de la Conférence des Nations Unies pour l'environnement et le développement, ont été élaborés les « principes de Rio » (Agenda local 21) qui indiquent *le développement durable au 21<sup>e</sup> siècle*. Le forum de Rio a influencé largement le destin de l'humanité, en

promouvant un nouveau concept de développement, qui inclut trois dimensions également importantes (la *Triple Bottom Line*) : le *développement économique*, qui génère le profit et des emplois ; le *développement social*, qui garantit le bien-être et le respect des droits de l'homme ; le *développement environnemental*, qui doit assurer la protection des ressources naturelles et la possibilité de l'écosystème d'absorber et de tolérer la pollution. L'agenda 21 souligne la nécessité d'adopter à des niveaux différents (mondial, européen et national) des programmes d'action qui visent à atteindre un *développement durable dans une vision globale, par des actions et des processus de décision entrepris aux niveaux locaux*. Un rôle important est donc attribué aux autorités locales, qui devaient collaborer avec la communauté civile pour formuler des plans d'actions qui assurent le développement durable au niveau local. Pour la première fois, les entreprises sont vues comme des sujets au rôle principal pour assurer le développement durable. Les débats internationaux dans ce domaine ont conduit à l'établissement d'une interconnexion entre le développement durable et la responsabilité sociale de l'entreprise (Mauri D., Valentini T.D., 2003). Une entreprise durable est considérée celle qui a une responsabilité sur le plan social. Cette responsabilité, avant d'être légale, a une nature morale envers tous ceux avec qui l'entreprise a des relations: à partir des clients/ consommateurs jusqu'aux générations futures, des fournisseurs aux salariés, des citoyens aux actionnaires, des créateurs aux autorités de contrôle (Mironiuc M., 2005).

La Commission Européenne a eu l'initiative relevante d'élaborer une définition de la responsabilité sociale de l'entreprise, commune au niveau européen, publiée (2001) dans la Carte Verte de la Commission Européenne, intitulée « Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises. » Ainsi, la responsabilité sociale de l'entreprise signifie l' « intégration volontaire des aspects sociaux et écologiques dans les opérations commerciales et dans les rapports de l'entreprise avec les partenaires des affaires intéressés ». (Stancu A., Orzan M., 2006). Alors, la responsabilité sociale de l'entreprise représente un comportement volontaire du monde des affaires, non-imposé par la loi et en dehors des obligations législatives imposées par chaque pays, qui doit être intégrée dans la stratégie de l'entreprise pour garantir une manière responsable de gestion des affaires. En 2002, la Commission Européenne propose une stratégie de promotion de la gestion responsable, basée sur: la mise en évidence de l'impact positif de la responsabilité sociale sur l'environnement des affaires et sur la communauté en général, sur le développement de l'échange d'expériences et de bonnes pratiques concernant la responsabilité sociale et sur la promotion de la responsabilité sociale dans les petites et moyennes entreprises (PME). En mars 2006, la Commission Européenne s'est proposé de transformer l'Europe dans un pôle d'excellence de la responsabilité sociale des entreprises et a lancé « L'Alliance pour la RSE », en unifiant des entreprises responsables socialement déjà actives, dans le but de contribuer à la stratégie européenne de croissance économique et de création d'emplois.

Au-delà du discours européen commun, les pratiques de la responsabilité sociale de l'entreprise évoluent différemment d'un pays à un autre, en fonction du spécifique économique et social de chaque

région et en fonction de la succession de l'adhérence des pays à l'Union Européenne. Des recherches récentes montrent que, à la différence de la doctrine américaine, qui a abordé la problématique de la responsabilité sociale en se concentrant sur les clients, considérés les principaux *stakeholders*, en Europe l'attention est accordée différemment aux problèmes éthiques et aux conflits moraux générés par les pratiques RSE (dans la Grande Bretagne), aux problèmes de l'environnement (dans les pays nordiques), aux aspects sociaux (dans les pays sud-européens) (Marchetti S., 2006).

## **2. Les raisons qui justifient le comportement socialement responsable dans le monde contemporain**

La responsabilité sociale de l'entreprise représente une thématique qui s'est imposée dans l'attention de la société civile surtout comme une réaction à deux phénomènes : *la globalisation des systèmes économiques et la crise des marchés financiers* (Marchetti S., 2006), qui ont déterminé de nouvelles visions sur le développement économique et social.

### ***2.1. L'Internationalisation de l'économie et la délocalisation des affaires***

Après plus d'une décennie, on a constaté que la globalisation, malgré les attentes, ne représente pas une panacée. L'accès au *système des échanges internationaux* des pays moins développés semble être limité et le jeu de la concurrence globale risque d'augmenter dans ces cas le degré de pauvreté. Le marché global et l'extension du rôle des investissements du capital étranger dans la structuration de la nouvelle économie globale ne déterminent pas automatiquement une distribution plus équitable de la richesse, mais peuvent amplifier dramatiquement les inégalités économiques et sociales au niveau international (Bianchini M., 2004). Les formes traditionnelles de redistribution, pratiquées par les gouvernements comme suite à la collecte des ressources internationales, sont déficitaires et insolubles dans les conditions de l'internationalisation de l'économie, parce que la richesse produite dans certains pays se déplace vers d'autres. Les compagnies multinationales qui ont le siège dans des pays développés mais qui produisent et achètent des matières premières dans des pays en cours de développement, utilisent les compagnies de ces pays en tant que fournisseurs indirects. Le niveau avantageux des coûts dans les pays en voie de développement, en comparaison avec celui des pays développés, est dû en partie à l'absence des standards sociaux et environnementaux requis dans les pays développés et aux normes de protection des parties prenantes (« *dumping social* ») (Sacconi L., 2003). L'absence des réglementations dans ces domaines ou l'inefficacité de leur application représentent des conditions favorables pour les compagnies multinationales qui peuvent expatrier, d'une manière opportune, des parties significatives des bénéfices locaux générés par l'intermédiaire des transactions avec ces pays récemment intégrés dans le marché global. Il est certain qu'avec le transfert, pas toujours réussi, vers les pays en voie de développement de ce modèle de croissance économique il a eu lieu un transfert culturel aussi. L'implication des compagnies multinationales dans le développement des politiques liées au bien-

être, à la protection de l'environnement et aux droits des salariés dans les pays en cours de développement représente l'expression de leur comportement responsable, mais aussi un enjeu pour la réduction des pressions dans les pays d'origine des compagnies multinationales, par la réduction de la compétition par les coûts. La globalisation représente donc un processus accéléré d'intégration économique, dont les conséquences se reflètent dans le développement durable et demandent aux grandes entreprises d'introduire *des rectifications sociales* dans leur activité.

## ***2.2. Les scandales financiers et le pouvoir discrétionnaire des dirigeants***

Les années '90 ont marqué la période de la mondialisation, où les compagnies multinationales se sont largement développées. Après cette époque, le marché financier global a été marqué par des *crises et turbulences* graves, provoquées par la découverte de certains faits moins honnêtes des administrateurs de quelques compagnies cotées importantes, qui ont truqué des comptes et qui ont manipulé des informations réservées pour montrer des niveaux de performance qui soutiennent la valeur des titres, pour paraître intéressantes pour les investisseurs. Les crises mentionnées ont été en grande partie le résultat de l'abus de *pouvoir discrétionnaire des dirigeants* et des administrateurs, au détriment d'autres sujets. La technique des options de l'achat d'actions et la rémunération des dirigeants en fonction de leur performance n'ont pas pu parfaire l'alignement des intérêts des administrateurs délégués avec ceux des actionnaires, et ont provoqué de nombreux préjudices aux actionnaires minoritaires, qui n'appartenaient pas au groupe de contrôle des dirigeants, à tous les partenaires des affaires, aux consommateurs, à la communauté où fonctionnaient ces compagnies. La série noire débute par la faillite spectaculaire du gigantesque groupe économique Enron Corporation. Ce phénomène a aussi touché WorldCom (la faillite la plus signifiante de l'histoire des Etats-Unis), Tyco International, Qwest, Xerox, de la série américaine, Vivendi Universal, Ahold et Parmalat, en Europe (Feleagă, N., 2006). La série de ces scandales financiers a généré une crise de confiance dans la fiabilité des informations fournies par la comptabilité, qui ne peuvent pas surprendre toutes les dimensions de la performance et qui ont mis en évidence la dissociation entre la comptabilité, l'éthique et la responsabilité des dirigeants (Phillips R.A., 2003). Aujourd'hui, le développement des marchés financiers et les demandes de communication financière requièrent *mesurer les performances dans une vision globale*, financière et non financière, y inclus par *des indicateurs qui reflètent la performance des pratiques de responsabilité sociale des entreprises*. En plus, les défis internationaux et les limites des règles législatifs de dépister et sanctionner les comportements incorrects ont sensibilisé beaucoup plus la conscience des parties prenantes concernant l'importance de la responsabilité sociale. La finalité des initiatives visant à consolider la responsabilité sociale de l'entreprise est donc de promouvoir « l'éthique des affaires. » Dans ces conditions, dans l'entreprise qui adopte la responsabilité sociale il se crée une réputation d'équité entre ceux qui opèrent à son intérieur, et ce comportement tend à devenir un trait distinctif de leur propre identité et un *élément de la culture de l'entreprise*.

### ***2.3. Le changement du profil des consommateurs***

L'évolution des technologies de l'information, respectivement la possibilité d'échanger des informations en temps réel à un coût bas, a permis à un nombre de plus en plus grand de personnes l'accès aux informations, et a demandé plus de transparence en ce qui concerne le comportement des entreprises. Cela a contribué au changement du profil des consommateurs potentiels. Le type de consommateur récepteur passif (*le consommateur client*) des offres de l'entreprise cède sa place à un sujet actif qui veut consommer d'une manière critique (*le consommateur citoyen*), qui veut connaître les coûts sociaux des produits /services qu'il consomme. L'apparition d'un segment de consommateurs sensibles à la thématique environnementale stimule le développement des produits et technologies innovateurs, qui ont un impact réduit sur l'environnement. La qualité écologique des produits est devenue une arme du succès commercial, par laquelle la concurrence au niveau international se sert des prestations de la politique environnementale pour se créer des avantages compétitifs, après une comparaison des avantages socio-culturels et écologiques avec les points faibles remarqués comme suite des coûts supplémentaires induits par les industries propres et par les technologies anti-polluantes. Dans le même contexte il apparaît le concept de marketing écologique comme un instrument pour: la promotion des politiques commerciales d'importation, orientées vers le transfert des technologies écologiques, considérées comme des *inputs* qui comportent les compétences nécessaires pour la réduction ou la limitation du niveau de pollution de certaines zones; l'élargissement du marché des produits écologiques par la promotion des brevets et des licences et par les étiquettes écologiques; l'établissement des restrictions de l'exportation/ importation des déchets dangereux; l'attraction du capital étranger pour consolider la production nationale des biens et services écologiques (Cămășoiu C., Popescu S., Cernat R., Pană C., 2003).

### ***2.4. L'Optimisation inter générations***

Le système économique contemporain, qui fournit tout le nécessaire d'un niveau moderne de vie, est un système où toutes les formes de capital ont une valeur, y inclus le capital naturel, sans l'aide duquel il ne pourrait pas fonctionner. Or, dans le système économique global, on constate une évolution inverse entre *le capital naturel qui diminue*, et *le capital humain qui abonde*. Au niveau international, les opinions concernant les causes de la dégradation de l'environnement sont nombreuses et en dynamique, mais la plupart convergent vers la considération que la pollution provient des pressions déterminées par la *croissance de la population* et par le niveau *de la consommation des ressources* relativement limitées de l'écosystème. L'interaction entre la croissance de la population et le développement économique, l'indisponibilité des ressources naturelles et l'incapacité de l'environnement à absorber les effets nuisants, irréversibles et cumulatifs de la production et de la consommation sont considérées par beaucoup d'environnementalistes les raisons de la « croissance zéro ». L'humanité a été jusqu'à un moment donné ignorante, puis incapable de mobiliser de

l'intelligence et des ressources pour rétablir l'équilibre écologique. Dans la vision du développement durable, il faut une optimisation *inter et intra générations*, par la promotion d'un esprit de solidarité, par des soins réciproques, par la tolérance pour ne pas diminuer les possibilités des générations présentes et futures d'utiliser les ressources naturelles nécessaires pour maintenir la qualité de la vie. Par conséquent, les générations présentes doivent transmettre aux générations futures un stock de ressources qui ne soit pas inférieur à celui qu'elles-mêmes possèdent (« *la règle du capital constant* »). Mais, sachant que les ressources naturelles représentent un capital qui, s'il diminue, il ne peut pas être parfaitement remplacé par d'autres formes de capital physique, parce qu'il remplit des fonctions essentielles pour la survie de l'espèce humaine, elles doivent être préservées (« *la règle du capital naturel critique* »).

Le placement des intérêts de la génération présente devant ceux des générations futures ne doit pas sacrifier les premiers, mais plutôt affirmer des principes éthiques, sachant que le marché libre fonctionne d'après le principe de l'allocation des ressources au plus performant, qui sait comment maximiser leur rendement. Conformément à la littérature de spécialité occidentale (Turner, K. R., Pearce, W. D., Bateman, I., 2003), l'assurance de l'éthique envers les générations futures suscite la réponse à la question suivante : « *Est-il juste que ceux qui sont en vie à présent exploitent, par des raisons économiques, les ressources environnementales jusqu'à les détruire, en en tirant des avantages et en transférant des coûts vers les générations à venir, qui ne sont pas encore nées et qui ne peuvent pas exprimer leur propre opinion à ce propos ?* » Etant donnée la nature humaine égocentriste, les chercheurs du développement durable essaient de déduire combien du comportement humain doit changer pour que l'objectif de l'équité inter et intra générations soit atteint. Certains chercheurs (Poli, C., 1994) affirment que « *l'éthique de la bonne administration* » suffit pour garantir le développement durable. De toute manière, l'éthique environnementale implique un contrat social entre les générations, par lequel les générations présentes assument des obligations vis-à-vis des générations futures. L'éthique environnementale est caractérisée par le sens de la responsabilité et est liée au respect des droits de l'homme. Dans les conditions où *la responsabilité environnementale* a un rôle fondamental pour l'adoption des décisions de nature politique, économique et sociale, le développement à long terme d'une *culture écologique* devient une nécessité dans le monde moderne.

### ***2.5. L'Economie du savoir et l'innovation***

Pendant les deux dernières décennies, l'économie des pays développés s'est dématérialisée. Elle est passée d'un système économique où les avantages compétitifs dépendaient surtout des ressources matérielles et financières gérées et contrôlées par les entreprises, à un système économique (*knowledge economy – l'économie du savoir*) où les performances sont conditionnées, de plus en plus, par le complexe des ressources immatérielles créées par l'activité antérieure des entreprises ou par celle à laquelle elles ont accès. Le système économique global est en cours de devenir un système des « idées et innovations technologiques » où le potentiel du capital intellectuel devient un levier compétitif pour la

survie économique (Bianchini M., 2004). Chaque jour fait croître d'une manière significative l'influence du « capital intellectuel » de l'entreprise, représenté par : *des connaissances et des habiletés d'ordre organisationnel* (le capital organisationnel), *la loyauté et la cohésion du personnel* (le capital humain), *la crédibilité de l'entreprise* (le capital relationnel). Le marché boursier accorde à ces ressources, dont la formation requiert des efforts considérables, une valeur de plus en plus élevée. Le prix des actions augmente quand les ressources intangibles d'une entreprise ne diminuent pas en ce qui concerne leur valeur et ne sont pas reproduites par les entreprises rivales. Dans le contexte de la demande globalisée de main d'oeuvre, les salariés sont de plus en plus conscients qu'ils représentent « le bien le plus précieux » de l'entreprise, ayant des compétences et des habiletés qui appartiennent en premier lieu à chaque individu, et seulement après à l'entreprise. Les contrats de travail donnent le droit à l'entreprise de contrôler d'une manière limitée ces compétences, et la mobilité du personnel sollicite la prudence des dirigeants lorsqu'ils veulent baser leur stratégie sur des compétences spécifiques du personnel. Les études montrent que la valeur générée par le capital humain des entreprises dépasse souvent 50% de la valeur créée par le capital intellectuel, tout comme la perte partielle du capital humain peut avoir des conséquences catastrophiques sur les avantages compétitifs et sur la valeur sur le marché de l'entreprise (Del Bello A. Gasperini A., 2006). Il est évident que les changements qui ont lieu dans la société globale demandent aux entreprises d'être responsables du point de vue social et préoccupées par l'excellence, par l'augmentation de la valeur sociale et par des investissements en l'intelligence, dans le contexte plus large de la gestion du savoir. En plus, les entreprises tendent à devenir les principaux protagonistes dans la relation avec la société: en investissant dans leur réputation sur le marché, par la confiance des consommateurs, par la qualité des relations avec les salariés.

Puisque sur les marchés concurrentiels de plus en plus internationalisés on a constaté, pendant les dernières années, une dissociation entre l'éthique et la responsabilité des affaires, l'équilibre entre les trois dimensions (économique, environnementale et sociale) est difficile à accomplir sans entrer dans le jeu de la responsabilité sociale de l'entreprise, qui n'est pas un phénomène passager, lié à une mode culturelle, mais un élément permanent, destiné à définir le comportement des entreprises au 21<sup>e</sup> siècle (Bianchini M., 2004).

### **3. Le début de la responsabilité sociale de l'entreprise en Roumanie – Etude empirique**

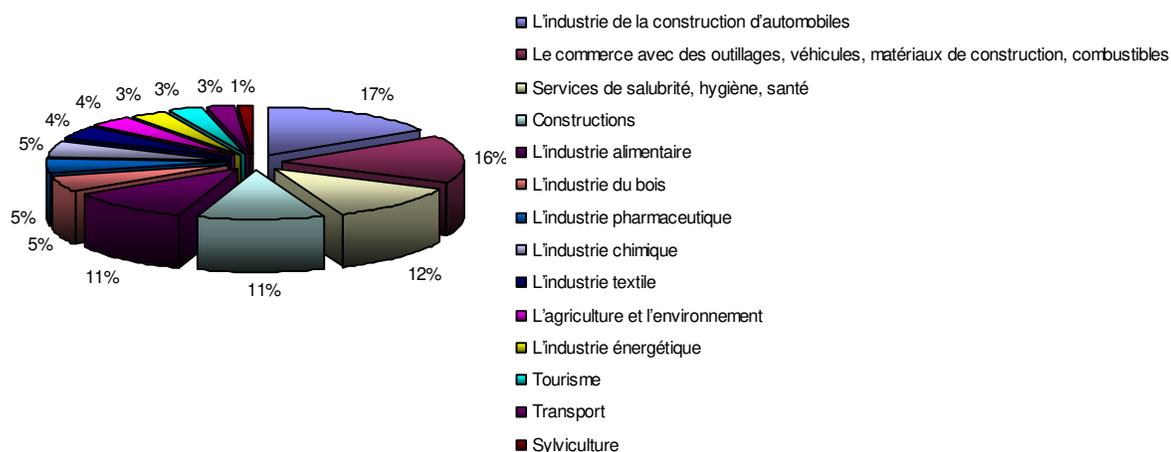
La responsabilisation sociale des entreprises vient d'apparaître en Roumanie. La sensibilité vers les variables sociales et environnementales, tout comme le contrôle permanent de la relation entre l'économie et l'environnement représentent de nouveaux repères dans l'évaluation des performances dans l'époque contemporaine. Il existe des études qui montrent que reconnaître qu'une entreprise est responsable socialement a des effets de rentabilité et des effets relationnels, qui peuvent créer des avantages compétitifs certains. Les entreprises roumaines doivent adapter leur stratégie d'affaires en

rapport avec ces changements, réévaluer la durabilité des actions entreprises, en mesurant et en gérant leur propre impact social, environnemental et économique.

### 3.1. Les hypothèses et la méthodologie de la recherche

Pour apprécier le degré de responsabilisation sociale des entreprises de notre pays et leur perception, surtout quant à la dimension environnementale du développement durable, nous avons fait une analyse empirique sur un échantillon de 157 entreprises, pour la plupart de la région du Nord-Est de la Roumanie. La structure de l'échantillon est formée de 6,37% de sociétés cotées à la Bourse des valeurs de Bucarest dans la catégorie I et 93,63% d'entreprises non cotées (PME), dont 51,70% micro entreprises et 48,30% moyennes entreprises. Même si les principes de la responsabilité sociale ont été fondés pour être appliqués dans les compagnies multinationales qui opèrent dans un système capitaliste avancé, le grand poids des micro entreprises qui entrent dans l'échantillon analysé ne peut pas représenter un point faible, étant donnée la préoccupation au niveau international d'adapter les principes et les pratiques de la responsabilité sociale aux PME. Du total des sociétés cotées dans la catégorie I ont été exclues les sociétés de services d'investissements financiers et les banques, parce que par leur activité elles n'ont aucune liaison directe avec les problèmes de l'environnement, mais d'une manière indirecte, par le financement des investissements éthiques pour la protection de l'environnement. Pour tirer des conclusions aussi réalistes que possible, l'échantillon a été formé d'une mosaïque d'entreprises qui appartiennent à des secteurs d'activité qui ont un impact différent sur l'environnement (Fig. 1).

Fig. 1. La structure de l'échantillon



Les données nécessaires à l'analyse sont relatives à la période 2006-2007 et ont été cueillies dans le cas des sociétés cotées par l'accès direct aux rapports financiers annuels publiés sur l'Internet, et dans le cas des autres sujets, par l'administration d'un questionnaire, directement ou par e-mail. Le questionnaire était adressé au chef d'entreprise ou à un cadre supérieur.

Le questionnaire, composé de neuf questions, a été conçu de manière à évaluer, pour la période analysée: l'intérêt des répondants pour les investissements concernant l'environnement (la prévention et le lutte contre la pollution, la protection des ressources naturelles et la préservation de la biodiversité, la

création/ promotion des produits écologiques); le poids des investissements dans l'environnement dans la chiffre d'affaires; la perception des investissements dans l'environnement comme une contrainte qui détermine des coûts ajoutés ou par contre comme une opportunité; les dépenses liées à l'environnement, qui affectent l'activité de l'entreprise (autorisations/ permis d'environnement, dépenses pour la formation du personnel dans le domaine de l'environnement; amendes pour des non conformités liées à l'environnement ; le couvremnt des préjudices causés par la pollution); l'existence dans les entreprises du personnel spécialisé dans le domaine de l'environnement; la disponibilité des directeurs de créer des emplois dans le domaine de la gestion et de la protection de l'environnement; la hiérarchisation de dix critères de performance en fonction de leur importance pour les perspectives des entreprises et pour la communication financière. Le questionnaire était adressé au chef d'entreprise ou à un cadre supérieur. Le traitement des données a utilisé le programme SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences* – Le Paquet statistique pour les sciences sociales).

L'étude empirique s'est proposée de vérifier quelques hypothèses reconnues dans la littérature de spécialité (Tableau 1):

Tableau 1. Tableau croisé des questions et des hypothèses testées dans le questionnaire

| Questions  |   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Hypothèses | 1. Les petites et moyennes entreprises adoptent, avec quelques exceptions, un comportement passif en ce qui concerne les initiatives sociales et environnementales  |   | X | X |   | X | X | X |   |   |
|            | 2. Les petites et moyennes entreprises perçoivent l'environnement comme une contrainte qui cause des coûts ajoutés  |   | X | X | X |   |   |   |   |   |
|            | 3. Les initiative sociales représentent un des outils le moins souvent communiqué et utilisé par les dirigeants pour suivre et anticiper la performance, par rapport aux indicateurs comptables et financiers traditionnels |   |   |   |   |   |   |   |   | X |

### 3.2. Resultats

En synthèse, nous mentionnons quelques résultats de cette étude. Dans le cas de chaque hypothèse, nous décrivons les questions-test et leurs résultats respectifs. Les questions 1 et 9 insérées dans le questionnaire ont permis la structuration de l'échantillon en fonction de la taille des entreprises (le nombre des salariés, le chiffre d'affaires anuală netă, l'actif total) et du secteur d'activité auquel elles appartiennent. Les questions qui testent plusieurs hypothèses sont décrites une seule fois.

**Hypothèse 1:** *Les petites et moyennes entreprises adoptent, avec quelques exceptions, un comportement passif en ce qui concerne les initiatives sociales et environnementales* est testé, directement ou indirectement, par les questions 2, 3, 5, 6 et 7. Nous présentons seulement les résultats des questions 5, 6 et 7 qui testent l'hypothèse directement.

*La question 5 - Pendant les deux dernières années l'activité de l'entité a été grevée par des dépenses pour:* a) des autorisations/ permis environnementaux; b) la formation du personnel dans le domaine de la gestion de l'environnement; c) amendes pour le manque de respect des normes environnementales (précisez le montant); d) couvrir les dommages causés par la pollution.

Les dépenses liées à l'environnement qui grèvent l'activité des entreprises analysées sont représentées dans le cas de 47,14% des sujets questionnés concernant les dépenses pour l'obtention des autorisations environnementales (39 micro entreprises et 36 moyennes entreprises), 13,40% des répondants font des dépenses pour la formation du personnel dans le domaine de la gestion de l'environnement (10 sociétés cotées, 11 moyennes entreprises), 2,56% ont couvert des dommages causés par la pollution (1 société cotée, 3 moyennes entreprises), 0,63% des sujets ont supporté des amendes pour ne pas avoir respecté les normes environnementales (1 moyenne entreprise), la différence jusqu'à 100% étant représentée par des dépenses combinées, pour deux ou trois des cas mentionnés (Tableau 2).

Tableau 2. La structure des dépenses pour des actions de l'environnement

| No. | Dépenses pour:  | Entreprises |            |
|-----|---|-------------|------------|
|     |   | %           | No.        |
| 1.  | Des autorisations/ permis environnementaux                                | 47,14       | 74         |
| 2.  | La formation du personnel   | 13,40       | 21         |
| 3.  | Amendes   | 0,00        | 0          |
| 4.  | Couvrir les dommages causés par la pollution                              | 2,56        | 4          |
| 5.  | Des autorisations/ permis et la formation du personnel                    | 12,10       | 19         |
| 6.  | Des autorisations/ permis et couvrir les dommages causés par la pollution | 1,91        | 3          |
| 7.  | Des autorisations/ permis et amendes                                      | 0,63        | 1          |
| 8.  | Des autorisations/ permis, la formation du personnel et amendes           | 0,63        | 1          |
| 9.  | La formation du personnel etcouvrir les dommages                          | 0,63        | 1          |
| 10. | Sans réponse  | 21,00       | 33         |
|     | <b>Total</b>  | <b>100</b>  | <b>157</b> |

La question 6 - Disposez-vous de personnel spécialisé avec des attributions dans le domaine de la gestion et de la protection de l'environnement ? a) oui (précisez combien); b) non (Tableau 3).

Tableau 3. La structure des entreprises selon le personnel spécialisé en gestion de l'environnement

| No. | Personnel spécialisé en gestion de l'environnement: | Entreprises |            |
|-----|---|-------------|------------|
|     |   | %           | No.        |
| 1.  | Oui   | 40,76       | 64         |
| 2.  | Non   | 59,24       | 93         |
|     | <b>Total</b>  | <b>100</b>  | <b>157</b> |

La question 7 - Avez-vous créé pendant les deux dernières années des emplois dans le domaine de la gestion et de la protection de l'environnement ? a) oui (précisez combien) ; b) non.

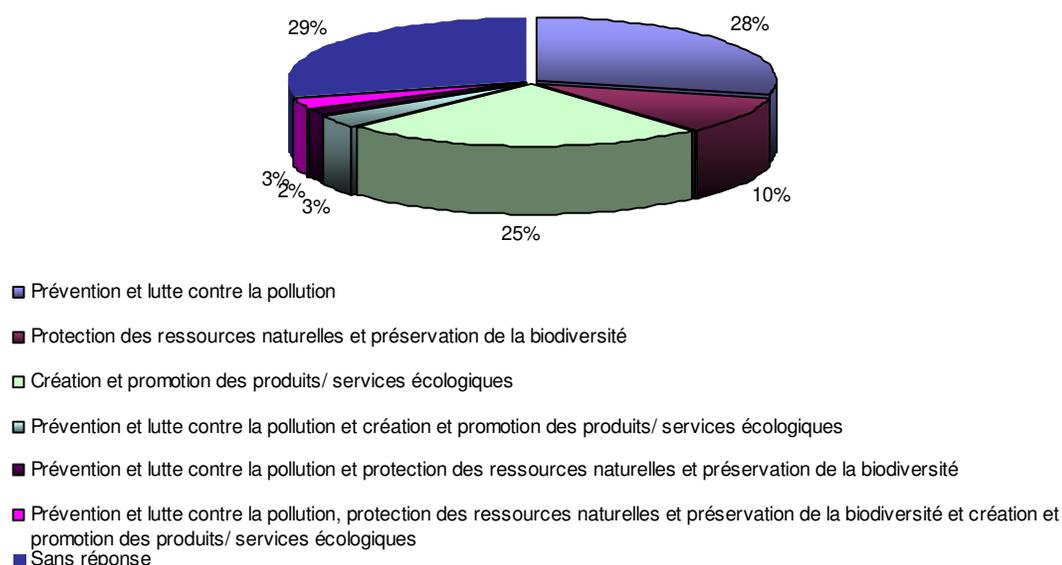
Le personnel spécialisé, qui a des attributions dans le domaine de l'environnement, existe dans le cas de 40,76% du total des entreprises questionnées, respectivement 64 entreprises (10 sociétés cotées et 54 moyennes entreprises) disposent d'un nombre de 71 personnes ayant des compétences dans le domaine de la gestion et de la protection de l'environnement, dont 53 postes ont été créés entre 2006-2007, surtout dans les entreprises cotées en Bourse. De même, 24 de moyennes entreprises n'ont qu'un seul employé spécialisé dans ce domaine. Un coefficient de pondération de 59,24% du total des sujets questionnés est détenu par un nombre de 93 micro entreprises qui n'ont pas de personnel spécialisé dans le domaine de la gestion et de la protection de l'environnement. Les résultats obtenus confirment l'hypothèse no. 1.

**Hypothèse 2:** Les petites et moyennes entreprises perçoivent l'environnement comme une contrainte qui cause des coûts ajoutés est testée par les questions 2, 3 et 4.

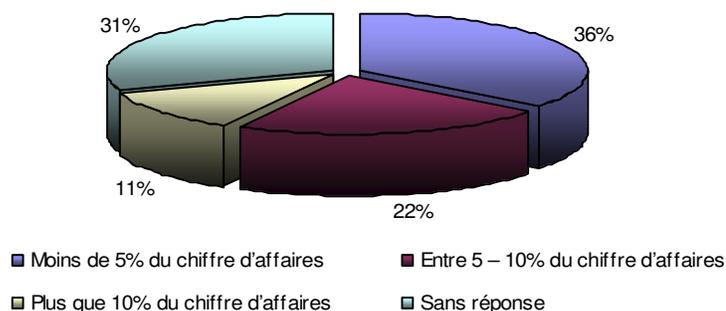
La question 2 - Dans les deux dernières années, vous avez fait des investissements pour : a) prévenir et combattre la pollution; b) la protection des ressources naturelles et la préservation de la biodiversité; c) la création et la promotion des produits/ services écologiques.

La question 3 - A quel pourcentage du chiffre d'affaires ont remonté ces investissements ? a) moins de 5% ; b) entre 5-10% ; c) plus de 10% (Fig. 3).

**Fig. 2. La structure des investissements concernant l'environnement**



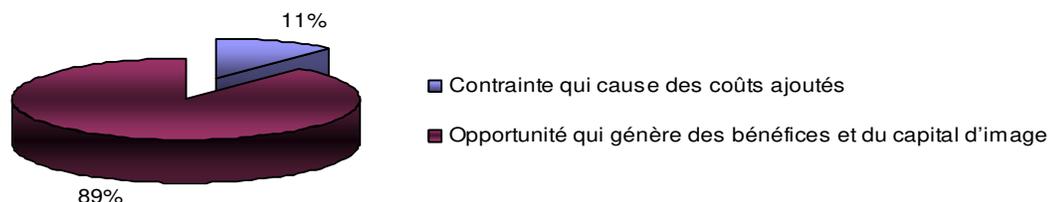
**Fig. 3. Le poids des investissements dans l'environnement sur le chiffre d'affaires**



La question 4 - Vous percevez les investissements dans le domaine de la protection de l'environnement: a) comme une contrainte pour l'entité, qui cause des coûts ajoutés; b) comme une opportunité pour l'entité, qui détermine des bénéfices et du capital d'image dans la relation avec les partenaires d'affaires, les consommateurs etc.

Dans la période étudiée, on a constaté que le poids majoritaire (29%) du total des sujets analysés est représenté par des micro entreprises qui n'ont fait aucun investissement concernant l'environnement (Fig. 2), même si seulement 11% des PME investigués perçoivent les investissements dans l'environnement comme une contrainte qui cause des coûts ajoutés, et 89% des sujets analysés considèrent que ces investissements génèrent des bénéfices et du capital d'image dans la relation avec les partenaires d'affaires et les consommateurs (Fig. 4).

**Fig. 4. La perception des investissements dans l'environnement**



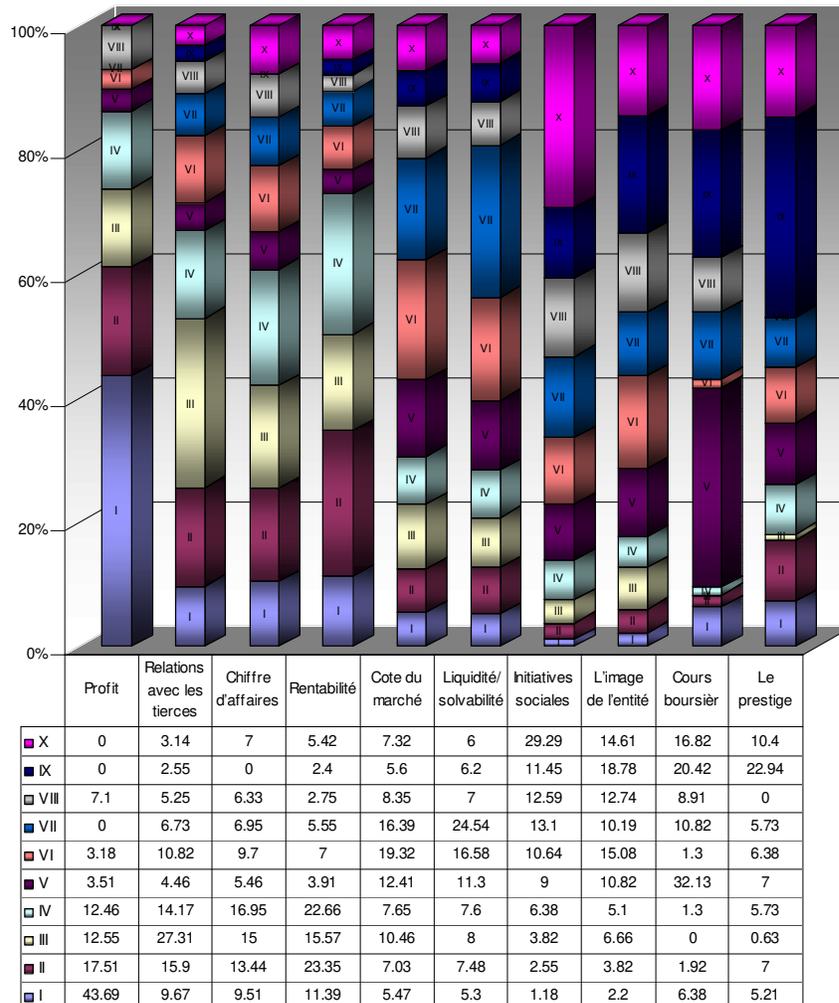
Les investissements en actions de prévention et lutte contre la pollution (la création de haies écologiques pour déposer les déchets et les substances dangereuses, l'organisation des systèmes de gestion des déchets électriques et électrotechniques, des installations de traitement des eaux usées, des installations d'épuration sèche des gazes de combustion et des substances polluantes etc.) ont été accomplis par 28% des sujets, des sociétés cotées et des moyennes entreprises. Tout aussi significatif est le poids (25%) de ceux qui ont investi dans la création et la promotion des produits/services écologiques ou (10%) dans la protection des ressources naturelles et dans la préservation de la biodiversité (la réhabilitation écologique du sol et de l'eau phréatique en utilisant des technologies innovatrices etc.). Un pourcentage de 8% des sujets a investi en deux ou trois des activités mentionnées antérieurement (Fig. 2). Pour 36% du total des entreprises, la valeur totale des investissements dans l'environnement ne dépasse pas 5% du chiffre d'affaires correspondant à la période analysée (Fig. 3). L'hypothèse no. 2 est en partie confirmée par les résultats antérieurs. Même si, en réalité, le coefficient de pondération des sujets qui n'ont pas fait des investissements dans l'environnement est significatif (29%), et dans le cas de ceux qui ont fait de tels investissements (surtout les PME) leur coefficient représente moins de 5% du chiffre d'affaires, on peut observer des changements de mentalité et de perception vis-à-vis des principes de la préservation de l'environnement. Ainsi, les investissements dans l'environnement sont perçus par la plupart des répondants comme une opportunité, une occasion de démontrer un comportement responsable en matière d'environnement, qui peut se matérialiser en profit et en capital d'image, et non pas seulement en coûts et risques.

**Hypothèse 3:** *Les initiative sociales représentent un des outils le moins souvent communiqué et utilisé par les dirigeants pour suivre et anticiper la performance, par rapport aux indicateurs comptables et financiers traditionnels* est testée par la question 8.

La question 8 - *Etablissez l'ordre (en employant des chiffres entre 1 et 10, 1= le plus important) de l'importance des éléments suivants dans la perspective de votre entité: a) le profit; b) les relations*

contractuelles équilibrées avec les terces (clients, fournisseurs, créditeurs etc.); c) le chiffre d'affaires; d) la rentabilité; e) la cote du marché; f) la liquidité et la solvabilité; g) les initiatives sociales (la création des emplois et la sécurité du travail, la protection de l'environnement, l'implication dans la vie de la communauté, des sponsorisations etc.); h) l'image de l'entité; k) le cours de l'action; l) le prestige de l'équipe directrice.

Fig. 5. Hiérarchisation des critères de performance



Conformément aux données de la figure 5, on observe que, pour l'évaluation des performances et des perspectives des entreprises, les critères les plus pertinents (la première place en tant qu'importance) sont considérés : le profit (par 43,69% des sujets questionnés) ; la rentabilité (par 11,39%) ; les relations contractuelles équilibrées avec les terces (par 9,67%) ; le chiffre d'affaires (par 9,51%) ; le cours boursier (par 6,38%) ; la cote du marché (par 5,47%) ; la liquidité et la solvabilité (5,30%) ; le prestige de l'équipe directrice (par 5,21%) ; l'image de l'entité (par 2,20%) ; les initiatives sociales (seulement par 1,18%). On peut aussi remarquer que 29,29% des sujets interviewés placent le critère « initiatives sociales » sur la 10<sup>e</sup> position de dix. Ces données confirment la forte stabilité des critères comptables et financiers traditionnels, même dans l'environnement dynamique du 21<sup>e</sup> siècle, pour apprécier les

performances de l'entreprise. Les initiatives sociales, à l'avis des répondants, représentent l'un des outils les moins souvent communiqués et utilisés par les dirigeants, notamment ceux des PME, pour suivre et anticiper la performance.

### ***3.3. Discussions***

Les sociétés roumaines cotées à la Bourse, qui entrent en compétition sur le marché international, sont les plus impliquées dans la vie de la communauté, ayant un comportement proactif dans cette direction. Leurs stratégies incluent systématiquement et volontairement des objectifs, ressources et procédures d'amélioration continue de l'impact social et environnemental de leur activité. Ces sociétés sont les premières à avoir opéré des changements dans les structures organisatrices pour localiser les responsabilités de la fonction environnementale et les attributions des *éco dirigeants* qui ont la mission de formuler des politiques environnementales et sociales, de contrôler l'évolution des normes et le respect des standards de l'environnement, de communiquer avec les parties prenantes au propos de leur comportement socialement responsable. Pour la plupart, mais surtout les sociétés qui opèrent dans le domaine de l'énergie, de la chimie, de la pharmacie etc., ont implémenté et certifié, conformément aux standards internationaux spécifiques (ISO 9001; ISO 14001; OHSAS 18001; SA 8000; AA 1000 ; ISO 26000), des systèmes intégrés de gestion « Qualité – Environnement – Sécurité » et communiquent avec les parties prenantes au propos de leur performance pour obtenir une réponse, en termes de profit et d'image, aux investissements faits dans ce but.

Les petites et moyennes entreprises manifestent, avec des petites exceptions, un comportement passif vis-à-vis des aspects environnementaux. Elles sont soit indifférentes à la gestion de leurs propres prestations environnementales et perçoivent l'environnement comme une contrainte qui cause des coûts ajoutés, qu'elles ne veulent pas transformer dans une opportunité, dans une logique où le profit est le seul but de ces entreprises, soit elles adoptent un comportement responsable minimum, imposé par la loi. Ces entreprises n'ont pas des initiatives volontaires constantes dans la direction de la protection de l'environnement qu'après être devenues les sujets de certains incidents ou catastrophes environnementales. Elles sont disposées à faire un minimum de dépenses en actions sociales ou environnementales, pour s'assurer la fonctionnalité. Dans la plupart des cas, les entreprises qui ont des initiatives sur le plan social et environnemental, le font d'une manière occasionnelle, au niveau local et indépendamment de la stratégie de l'entreprise. Ainsi, leurs actions répondent d'une manière essentielle à l'activité de nature philanthropique. Une conclusion positive est le fait que l'évolution du domaine des affaires en Roumanie, l'ouverture vers l'économie globale et l'augmentation du rôle de la société civile tendent à changer la mentalité et la perception des individus qui deviennent plus attentifs vis-à-vis des principes de la préservation de l'environnement, des droits de l'homme et de la sécurité des conditions de travail.

La philosophie du développement durable et implicitement de la responsabilité sociale n'est pas contraire au concept d'efficacité. Elle ne se propose pas d'éliminer le profit de l'équation de la dynamique de l'économie et de la société, mais simplement de démontrer que le profit ne peut pas être envisagé par lui-même. Le profit reste la condition nécessaire pour assurer le développement durable, mais la société désire de la transparence en ce qui concerne sa manière de se former. En plus, le concept de responsabilité sociale de l'entreprise dépasse l'acceptation de philanthropie. La contribution de l'entreprise au développement durable ne consiste pas en ce qu'une entreprise responsable fait avec 1% de son profit, mais plutôt en la manière qu'elle gagne 99% de son profit. Si, par exemple, le personnel de l'entreprise travaille dans un milieu nuisible, si la production polue l'écosystème, lorsque la communication de l'entreprise avec l'extérieur est peu transparente et les produits ne respectent pas les normes d'hygiène et sécurité, l'entreprise aura des difficultés dans l'accomplissement des objectifs de compétitivité et allouant 1% son profit aux individus auxquels elle a causé ces effets adverses, son impact dans le sens de la responsabilité sociale est négatif. Seulement par « l'internalisation » des coûts externes, soutiennent les spécialistes, il sera possible de passer au niveau de la production optimale d'un marché orienté vers le profit (le coût marginal égal avec le revenu marginal) à un niveau de la production socialement optimale. Cette stratégie d'affaires, plus inclusive, par laquelle on essaie de gérer les externalités négatives par leur internalisation, est un instrument de changement interne et externe de l'entreprise, qui représentent les prémices des opportunités innovatrices ultérieures, de la consolidation des relations de l'entreprise avec les parties prenantes et pour trouver des solutions à des problèmes auxquels se confronte la société dans l'époque de la globalisation.

#### **4. Conclusions**

L'entreprise est le résultat d'un « pacte de non-agression » entre les sujets qui participent à sa vie économique. La conciliation et la satisfaction durables des intérêts antithétiques de tous les « acteurs sociaux » liés à l'activité de l'entreprise représentent une condition pour son développement et l'expression de la responsabilisation sociale de l'entreprise durable.

La responsabilité sociale de l'entreprise peut être comprise comme une norme sociale du comportement de l'entreprise, par laquelle celle-ci acquiert sa légitimité et l'accord de la société civile quant à ses actions. L'attention majeure accordée aux problèmes sociaux et leur inclusion dans les principes de gestion de l'entreprise représentent la prise en conscience de la nécessité d'adopter un modèle de gestion qui tienne compte des exigences des interlocuteurs sociaux. La responsabilité sociale de l'entreprise ne représente pas seulement une contrainte pour que l'entreprise agisse d'une manière correcte du point de vue éthique, social et écologique, mais elle a aussi la connotation d'un objectif stratégique pour l'entreprise, en mesure de garantir un consensus en ce qui concerne les actions qu'elle entreprend dans son environnement économique.

La responsabilité sociale représente un élément de base de la culture de l'entreprise. La formation d'une culture pro-responsabilité sociale dans l'entreprise ne peut survenir que comme suite à l'existence d'un *leadership* avec une vision éthique, en mesure de définir l'identité sociale de l'entreprise conformément aux critères d'équité entre les attentes multiples des parties prenantes. Cela suppose : la fondation d'un code éthique pour définir le système de valeurs qui guide le comportement de l'entreprise dans sa relation avec les interlocuteurs sociaux ; la formation éthique, un processus de nature culturelle, par lequel les acteurs sociaux se familiarisent avec et acceptent l'application des normes et des principes sociaux dans le code éthique, dans le cadre de leurs actions ; des structures organisatrices et des responsabilités précises pour l'alignement de la stratégie et des objectifs de l'entreprise aux valeurs et aux principes éthiques acceptés; un système de mensuration et de communication du degré d'atteinte des objectifs de la responsabilité sociale, pour obtenir une réponse, en termes de profit et d'image, aux investissements faits dans ce but, de la part des parties prenantes ; une procédure de vérification et de certification de la conformité du système de gestion de l'entreprise aux normes de la responsabilité sociale de l'entreprise, conformément aux standards internationaux spécifiques (Fig.6.).

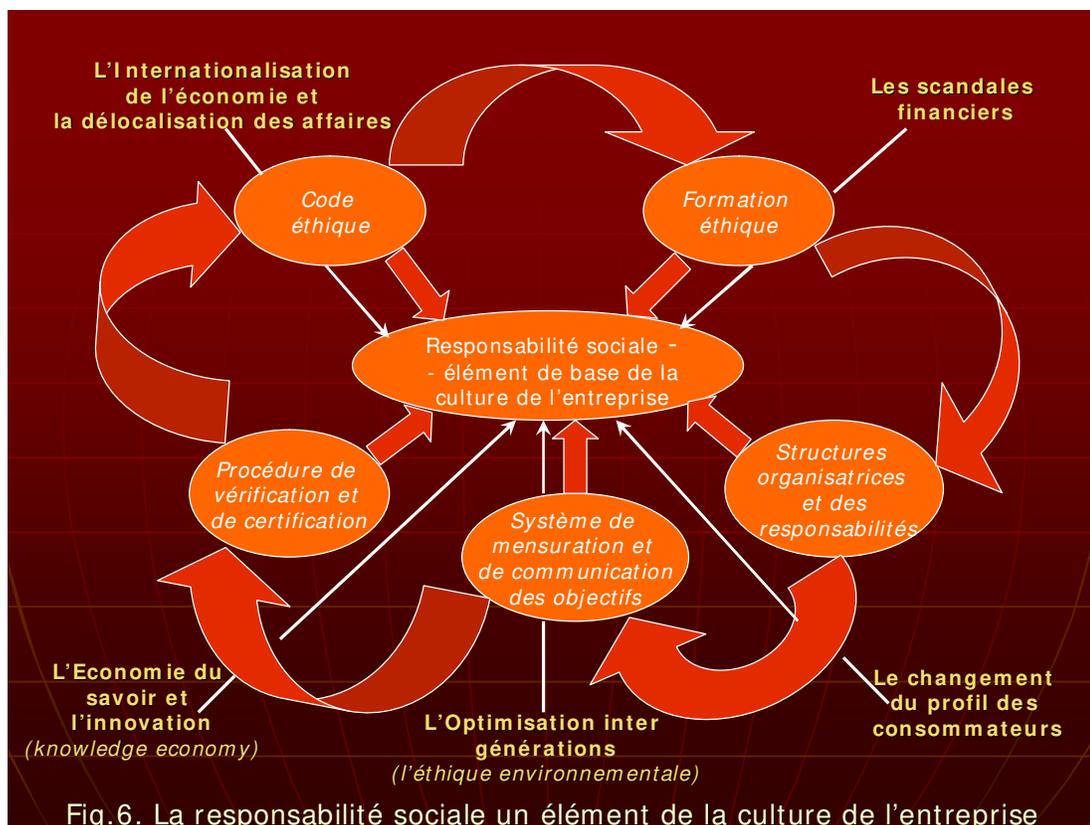


Fig.6. La responsabilité sociale un élément de la culture de l'entreprise

A l'affirmation de cette *nouvelle culture de l'entreprise* contribue aussi la société civile, dont le rôle a augmenté dans tous les pays, parce qu'au niveau de l'opinion publique les citoyens croient plutôt en les informations provenant des organisations non-profit qu'en celles provenant des entreprises ou des gouvernements.

Les compagnies roumaines doivent adapter leur stratégie d'affaires en rapport avec ces changements, réévaluer la durabilité des actions qu'elles entreprennent, en mesurant et en gérant leur propre impact social, environnemental et économique. L'étude empirique qui a analysé, d'une manière très générale, l'attitude et la réceptivité des entreprises roumaines concernant la dimension environnementale de la responsabilité sociale conduit au tracé de quelques directions d'action qui ont comme but l'amélioration future de la situation constatée, comme par exemple :

- *le transfert des bonnes pratiques en matière de responsabilité sociale* à partir des compagnies multinationales dans le top des 10 qui ont investi dans la Roumanie dans cette direction (Petrom S.A., Vodafone Roumanie S.A., Holcim Roumanie S.A., A&D Pharma, Raiffeisen Bank Roumanie, S. C. UniCredit Bank, Agricola Internațional S.A. Bacău, S.C. Alexandrion Grup Roumanie, Lukoil Roumanie, Orange Roumanie) vers les entreprises non impliquées dans ces actions, en sachant que la communication fait partie d'une approche plus moderne de la responsabilité sociale ;
- *la promotion des partenariats entre les administrations publiques – les compagnies privées - les organisations non gouvernementales* en mesure à contribuer à une meilleure identification et solution des problèmes sociaux et environnementaux pour lesquels des solutions n'ont pas encore été trouvées ;
- *le développement des partenariats entre les entreprises et les universités (instituts de recherche)* pour le développement du savoir, l'implémentation des principes et instruments nécessaires pour la formation de la culture et du comportement responsable du point de vue social, conformément aux prévisions de l'Agenda de Lisbonne ;
- *l'encouragement des PME à approcher leur gestion de manière plus intégrée*, afin d'y inclure les aspects sociaux et environnementaux.

Mentionnons que la taille de l'échantillon et le fait que c'est une étude à caractère exploratoire plutôt que confirmative limitent les possibilités de généralisation. Le sondage amélioré, de sorte qu'il permette la collecte des informations relatives à toutes les facettes de la responsabilité sociale (relations avec les parties prenantes, la préoccupation pour la santé, la sécurité et la motivation du personnel, la préservation de l'environnement), pourrait représenter un instrument important de diagnostic des performances de la responsabilité sociale des entreprises roumaines en comparaison avec l'expérience des pays européens, pour une future piste de recherche. L'administration du sondage à une population plus grande et plus diversifiée permettra non seulement la validation ou l'infirmité statistique des résultats, mais aussi une amélioration considérable des résultats de la recherche.

## **Bibliographie**

Benedetti, F., Foti, Al., Guardavilla, A., *I sistemi di gestione per la sicurezza, la salute e l'ambiente*, Milano, Edizioni Professionali, 2007.

- Bergeron, H., *La gestion stratégique et les mesures de la performances non financière des PME*, 6<sup>o</sup> Congrès International Francophone sur la PME, HEC Montréal, Octobre 2002.
- Bianchini, M., *Perché alle organizzazioni del XXI secolo si chiede di essere Socialmente Responsabili? In che modo possono realizzare un comportamento etico e come possono comunicarlo?*, 2004, [http://www.itconsult.it/knowledge/articoli/pdf/itc\\_bianchini](http://www.itconsult.it/knowledge/articoli/pdf/itc_bianchini), 5.01.2008.
- Cămășoiu, C., Popescu, S., Cernat, R., Pană, C., *Identificarea decalajelor dintre România și țările membre UE în privința instrumentelor economice de protecție a mediului. Studiu de caz: protecția apei, Seria Probleme Economice, Vol.74/CIDE, nr. 39, 2003.*
- Chauzal, Ch., Murer, A., *Réflexion sur la contribution de la R.S.E. à la performance de l'entreprise : l'approche par les congés de solidarité internationale*, Brest Bretagne, Colloque Internationale „À la recherche de la performance: Un concept de gestionnaire essentiel à l'entreprise”, 1<sup>er</sup> et 2 février 2007.
- Commoner, B., *Una valutazione del progresso ambientale: la ragione del fallimento*, Vol. *Economia dell'ambiente e bioeconomia*, a cura di Molesti R., Milano, FrancoAngeli, 2003.
- Del Bello, A. Gasperini, A., *Il valore del capitale intellettuale*, Milano, IPSOA Editore, 2006.
- Feleagă, N., *Criza financiară la cumpăna dintre secolele XX și XXI și guvernarea întreprinderii*, *Revista Economie Teoretică și Aplicată*, Nr. 9, p. 61-69, 2006.
- Freeman, R.E., Werhane, P., *Business Ethics: The State of the Art*, *Journal of Management Review*, Vol. 1, n° 1, p. 1 – 16, 1999.
- Friedman, M., *Capitalism and Freedom*, Chicago University Press, 1962.
- Germain, Ch., Gates, S., *Le niveau de développement des indicateurs de responsabilité sociale dans les outils de pilotage de contrôle de gestion: une analyse des pratiques des entreprises*, 28<sup>eme</sup> Congres de l'Association Francophone de Comptabilité „Comptabilité et environnement” Poitiers, 23-25 mai 2007.
- Hulot, N., *Pour un pacte écologique*, Paris, Edition Calmann-Lévy, 2006.
- Janicot, L., *Les systèmes d'indicateurs de performance environnementale (IPE), entre communication et contrôle*, *La Revue Comptabilité Contrôle Audit*, Tome 13, p. 47-67, 2007.
- Longo, E., Bartolomeo, M., *Ambiente, comunicazioni, società. Negoziare il futuro sostenibile*, Milano, Il Sole 24 Ore, 1998.
- Marchetti, S., *L'informativa socio-ambientale nel sistema aziendale. Strumenti Comunicazionali*, Bari, Cacucci Editore, 2006.
- Mironiuc, M., *Analiza sistemelor de management ambiental. Regulamentul EMAS și Normele din familia ISO 14000*, Iași, Editura Politehniun, 2005.
- Mironiuc, M., Bedrule, Grigoruță M. V., *La performance dans la communication economico-financiere de l'entite. Potentiel cognitif et limites*, Bretagne Brest, Colloque Internationale „À la recherche de la performance: Un concept de gestionnaire essentiel à l'entreprise”, 1<sup>er</sup> et 2 février 2007.
- Molesti, R., *Economia dell'ambiente e bioeconomia*, Milano, FrancoAngeli, 2003.
- Pearce, D. W., Turner, R. K., *Economia delle risorse naturali e dell'ambiente*, Bologna, Il Mulino, 1991.

- Perez, R., *Pour un approche socialement responsable du management*, Paris, Economica, 2005.
- Pivato, S., Misani, N., Ordanini, A., Perrini, F., *Economia e gestione delle imprese*, Milano, Egea, 2004.
- Pohoată, I., *Filosofia economică și politica dezvoltării durabile*, București, Ed. Economică, 2003.
- Poli, C., *Etica ambientală, teoria e pratica*, Milano, Ed. Guerini Studio, 1994.
- Reynaud, E., Paris, *Le développement durable au coeur de l'entreprise*, Ed. Dunod, 2006.
- Sacconi, L., *Dobbiamo chiedere alle imprese di essere socialmente responsabili? E se sì, come?*, CELE, 2003.
- Stancu, A., Orzan, M., *Responsabilitatea socială a companiilor românești – un pas pentru dezvoltarea durabilă*, Revista de Marketing Online, Vol. 1., Nr. 2, p. 1-13, 2006, <http://ideas.repec.org/p/ase/wpaper/1001.html>, 14.12.2007.
- Turner, K. R., Pearce, W. D., Bateman, I., *Economia ambientale*, Bologna, Il Mulino, 2003.
- Vercelli, Al., Borghesi, S., *La sostenibilità dello sviluppo globale*, Roma, Carocci Editore, 2005.
- \* \* \* <http://www.europa.eu.int/comm/environment/eussd>, 8.05. 2004.