



HAL
open science

MESURE DE LA QUALITE DE LA DIVULGATION SOCIETALE DES ENTREPRISES FRANCAISES

Amel Ben Rhouma

► **To cite this version:**

Amel Ben Rhouma. MESURE DE LA QUALITE DE LA DIVULGATION SOCIETALE DES ENTREPRISES FRANCAISES. COMPTABILITE, CONTROLE, AUDIT ET INSTITUTION(S), May 2006, Tunisie. pp.CD-Rom. halshs-00548088

HAL Id: halshs-00548088

<https://shs.hal.science/halshs-00548088>

Submitted on 18 Dec 2010

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

MESURE DE LA QUALITE DE LA DIVULGATION SOCIETALE DES ENTREPRISES FRANCAISES

Amel BEN RHOUMA
Chercheuse GREDEG, UMR 6227 CNRS-UNSA
250 rue Albert-Einstien, 06560 Valbonne, France
(+ 33)0650342432
amelnice2003@yahoo.fr

Résumé

Le propos de ce papier est de présenter quelques résultats empiriques concernant la mesure du niveau et de la qualité de la divulgation sociétale. Notre outil de mesure est une grille de codage similaire à celle de Wiseman (1982) et Cormier et Magnan (1999 et 2003) et adaptée au contexte légal et réglementaire français, les résultats montrent qu'il y a une progression dans le niveau et la qualité de divulgation sociétale des entreprises françaises.

Mots clés

divulgation sociale, divulgation environnementale, coûts de l'information, pressions publiques

Abstract

The purpose of this paper is to present empirical results of the measure of Corporate Social and Environmental Disclosure (CSER) using a coding instrument on a way that is similar to Wiseman (1982) and Cormier and Magnan (1999 and 2003)

Results show that french firms are increasing the extent of their social and environmental reporting in their annual report.

Keywords

environmental disclosure, social disclosure, information costs, public pressures

MESURE DE LA QUALITE DE LA DIVULGATION SOCIETALE DES ENTREPRISES FRANCAISES

1. INTRODUCTION

La diffusion volontaire de l'information sociétale occupe aujourd'hui une place importante au sein de la communication des entreprises. La protection de l'environnement est devenue un remarquable champ d'expérimentation de la comptabilité sociétale dans les entreprises tout en constituant un champs d'investigation pour les chercheurs (Bernard Christophe, 1992, p.96).

Dans le contexte Nord américain, les investisseurs ainsi que les autres partenaires de la firme demandent de plus en plus des redditions de comptes sur la gestion environnementale des firmes (Blacconière et Patten, 1994, p.3). Cormier et Magnan (2003) montrent que la tendance est la même en Europe où les problèmes environnementaux préoccupent aussi toutes les parties prenantes de l'entreprise. Il faut noter que la qualité de la divulgation environnementale varie largement entre les firmes d'un même pays ainsi qu'à travers les pays (Cormier, Magnan et Aerts (2004)).

De très nombreuses études ont été consacrées à la diffusion volontaire d'informations, notamment dans le domaine environnemental (Capron et Quairel, 2000, p 61).

Les études les plus anciennes se basent généralement sur un cadre théorique unique.

Globalement, il apparaît que si nous voulons plus comprendre la divulgation de l'information sociétale, nous devons la regarder sous l'angle de différents cadres conceptuels afin de réconcilier les différents résultats empiriques qui apparaissent contradictoires (Cormier et al 2004).

A cette fin, nous proposons un cadre théorique à trois dimensions dont la fonction est d'expliquer la décision de la firme de divulguer l'information sociétale :

Tout d'abord, la firme veille à fournir une information pertinente à ses actionnaires et créanciers afin de réduire son coût de capital. Il est à noter qu'une entreprise pourra encourir un coût suite à la communication d'information sociétale. Toutefois si ce coût est inférieur aux dépenses qu'auraient dû effectuer les actionnaires et autres investisseurs afin d'obtenir la même information, il devient alors avantageux pour toutes les parties que la firme divulgue l'information (Cormier et Magnan, 2002).

Dans un second niveau, la pérennité d'une entreprise dépend du degré de sa prise en compte des attentes de toutes ses parties prenantes : actionnaires mais aussi employés, fournisseurs, clients, gouvernements et société civile d'une manière générale puisque toute firme évolue dans un large contexte sociétal. Ce dernier peut être affecté par les activités de la firme.

Une manière de mesurer les attentes des parties prenantes est le niveau d'exposition aux médias auquel la firme fait face.

En se basant sur la théorie de la légitimité, on suppose que l'étendue de la divulgation sociétale de la firme est une réponse aux pressions publiques. La gestion des impressions du public sur les activités environnementales et sociales de la firme est l'un des objectifs clés de la divulgation sociétale.

Il est aussi permis de considérer que la qualité de la divulgation sociétale de l'entreprise est déterminée par son contexte institutionnel, c'est à dire :

- 1) ce que les autres firmes font dans le même pays ou dans la même industrie (mimétisme)
- 2) ce que la firme a fait dans le passé (la routine)
- 3) les lois et réglementations de la divulgation (institutions)

Le présent travail s'insère dans un projet de thèse qui a pour ambition d'étudier les déterminants de la divulgation sociétale en intégrant les trois perspectives théoriques citées ci-dessus.

Dans ce papier, nous nous proposerons de présenter quelques résultats empiriques provisoires concernant la mesure du niveau et de la qualité de la divulgation sociétale. Notre outil de mesure est une grille de codage similaire à celle de Wiseman (1982) et Cormier et Magnan (1999 et 2003). Nous avons également réadapté cette grille au contexte français de divulgation sociétale des années 2000. Celui-ci se caractérise notamment par la promulgation en 2001 d'une loi sur les Nouvelles Régulations Economiques (NRE) qui oblige dans son article 116 toutes les entreprises cotées à rendre compte sur les conséquences sociales et environnementales de leurs activités.

Le papier sera organisé comme suit : dans la deuxième section, on va présenter les déterminants de la divulgation sociétale selon un cadre multi-théorique ainsi qu'une description du contexte institutionnel européen et français de divulgation sociétale. Les données et méthodologies ainsi que les résultats de mesure du niveau et de la qualité de la divulgation sociétale seront exposés dans une troisième section.

2. LES ENJEUX DE LA PUBLICATION DE L'INFORMATION SOCIETALE : UN CADRE MULTI THEORIQUE

A l'origine de l'étude théorique du phénomène de la publication de l'information sociétale par les entreprises, il y a eu deux constats :

- Ullmann (1985) décrit ce champ comme un ensemble de données empiriques à la recherche d'une théorie adéquate.
- Arnold (1990) affirme que l'étude des phénomènes de publication des données sociétales et environnementales n'est fondée sur aucune base théorique sérieuse.

A la suite de la multiplication des recherches dans ce domaine, ces constats sont devenus de moins en moins vrais.

« De nombreuses propositions théoriques ont depuis été effectuées en adaptant des cadres théoriques existants au phénomène observé (Mathews, 1989 ; Pellé-culpin, 1998 ; Savage et Cataldo, 1998, Christel Decock-Good , 2000) ». Teller (2001)

2.1. LA DIVULGATION DE L'INFORMATION SOCIETALE : UNE PRATIQUE ANCIENNE

Il y a un consensus pour estimer que l'information extra financière est utile pour la prise de décision des parties prenantes financières. (Balconière et Northcut 1997, Blacconière et Patten 2000, Richardson et Welker 2001)

Toutefois, avec sa focalisation sur les parties prenantes financières, l'utilité décisionnelle de l'information constitue difficilement un fondement théorique complet pour expliquer la divulgation sociétale, puisque la plupart de cette divulgation est non financière (Cormier et al 2004)

Pour répondre à cette lacune conceptuelle, deux explications alternatives pour la publication de l'information sociétale par les organisations sont offertes dans la littérature.

La première est la théorie économique de l'agence dont les conclusions sont ici les mêmes que celles de la théorie positive de la comptabilité.

Cette théorie a été initié par Watts et Zimmerman (1978) pour décrire et expliquer le comportement des producteurs et des utilisateurs de l'information comptable. Elle s'est étendue pour déceler les facteurs influençant la publication volontaire de toute sorte d'information comptable. En effet, il a été constaté que « *de nombreuses entreprises dépassent les obligations de publication en divulguant des informations non requises par la loi ou les normes en vigueur. Cet accroissement de la transparence peut contribuer à diminuer les coûts d'agence et les coûts politiques* » Dumontier et Raffournier (1999)

Toutefois, il faut noter que l'information publiée peut être utilisée par des concurrents ou groupes de pression et affecter négativement la richesse de l'entreprise. « Il existe aussi des freins à la visibilité de l'entreprise : coûts, directs ou indirects et opportunisme du dirigeant qui peut créer un avantage informationnel en sa faveur en ne publiant que certains aspects de ses actions ou de leurs impacts » (Quairel et Capron)

Hill et Jones (1992) proposent une vision élargie de la relation d'agence en considérant qu'il y a un contrat « social » implicite ou explicite entre le dirigeant et les autres parties prenantes de la firme. Ceci peut servir de cadre à la publication d'information sociétale puisque tous les acteurs vont veiller à ce que l'information divulguée ne soit pas un simple dédouanement des dirigeants. La divulgation est ainsi analysée comme un moyen de dialogue avec les parties prenantes qui exercent des pouvoirs sur l'organisation. Cependant, la dimension sociopolitique des relations entre les acteurs ne peut être analysée à l'aide de la seule approche contractuelle, les théories sociologiques institutionnelles fournissent un cadre plus pertinent pour analyser la diffusion de l'information sociétale (Capron et Quairel). Ces théories reconnaissent explicitement que les organisations évoluent à l'intérieur d'une société qui comprend plusieurs cadres politiques sociaux et institutionnels.

Plusieurs études en comptabilité (Guthrie et Parker 1989, Patten 1991, Tinker et al.1991, Brown et Deegan 1998, Cormier et Gordon 2001) analysent la divulgation sociale et environnementale comme une réponse à la pression du public et donc une manière de légitimer l'existence continue de la firme et ses opérations envers ses différents partenaires.

En plus il paraît évident selon certains autres chercheurs que les firmes réagissent aux événements extérieurs pour maintenir ou renforcer leurs images. En effet, suite aux désastres comme la *Bhopal* ou l'écoulement d'huile de *l'Exxon Valdez*, les firmes non affectées modifient leurs divulgations, (Blacconière et Patten 1994, Patten 1992, Deegan et Rankin1996).

La synthèse des résultats empiriques de Gray, Kouhy et Lavers (1995, 40-50) soulève la question selon laquelle tout cadre théorique pris tout seul peut capter adéquatement les déterminants du *reporting* social et environnemental (CSER). Pour synthétiser ces travaux, le *reporting* social et environnemental :

- n'est pas un processus automatique et il est soumis aux tendances de popularité,
- n'apparaît pas lié avec la profitabilité de la même période,
- apparaît relié avec la taille de la firme,
- est sensible aux caractéristiques de l'industrie,
- est sensible aux caractéristiques du pays.

Globalement, il apparaît que si nous voulons plus comprendre la divulgation sociétale, nous devons la regarder sous l'angle de différents cadres conceptuels afin de réconcilier les différents résultats empiriques qui apparaissent contradictoires.

A cette fin, nous proposons un cadre théorique à trois dimensions qui explique la décision de la firme de divulguer l'information sociétale comme une réponse reflétant les différents niveaux d'influence :

- ** les besoins en information des parties prenantes financières ;
- ** les attentes environnementales de la société qui se transforment en pressions du public ;
- ** les processus et les contraintes institutionnelles qui peuvent être propres à la firme ou au pays.

2.2. COUTS ET BENEFICES LIES A LA DIVULGATION DE L'INFORMATION SOCIETALE

2.2.1. coûts de l'information

Selon Cormier et Magnan (2001), l'entreprise moderne se situe au cœur d'un réseau de liens contractuels explicites (ex : conventions collectives) et implicites avec de nombreux partenaires socio-économiques.

Ainsi, toute information permettant à ces partenaires de mieux juger de la valeur et de la crédibilité de la firme aura nécessairement un impact sur l'ampleur des coûts à engager par l'entreprise dans ses relations contractuelles.

La réduction de ces coûts peut justifier l'adoption par les managers d'une stratégie proactive de divulgation de l'information sociétale.

En effet, les investisseurs (actionnaires actuels et potentiels) s'appuient généralement sur les sources d'informations existantes pour juger de la valeur de l'entreprise. Parfois, ils peuvent même engager des coûts additionnels pour en savoir plus sur l'entreprise.

Pour cela, un des objectifs du choix des managers de divulguer de l'information additionnelle est de réduire les coûts de recherche de l'information engagés par les investisseurs et donc le coût de capital de la firme (Richardson et Welker 2001).

La communication de l'information sociétale peut avoir des retombées financières indirectes ou à long terme. « Ainsi, la perception par les clients et fournisseurs que l'entreprise a un mauvais bilan environnemental peut influencer sa réputation comme partenaire crédible » Cormier (2001).

2.2.2. coûts exclusifs

Il est à noter que l'information divulguée peut être utilisée par des parties tierces (régulateurs, groupes de pression) qui sont à l'encontre des intérêts de la firme. Dans ce cas, elle génère des coûts exclusifs. L'importance de ces coûts est un point essentiel à considérer par les managers avant toute décision de communication de l'information sociétale.

les managers peuvent aussi s'abstenir de divulguer quelques informations s'ils perçoivent que les investisseurs n'ont pas besoin ou peuvent facilement la trouver par des sources alternatives.

En effet, en plus des besoins en informations des investisseurs, les dirigeants sont concernés par les coûts potentiels de cette divulgation (Li, Richardson et Thornton 1997)

En ce qui concerne l'information environnementale, la divulgation des dépenses futures pour décontamination de sites est un exemple d'information qui pourrait engendrer des coûts exclusifs si cette information est analysée par les créanciers ou certains groupes de pression (Cormier et Magnan 2003, p 7).

2.3. LA DIVULGATION SOCIETALE COMME REPONSE A LA PRESSION DU PUBLIC

La publication de l'information sociétale s'inscrit dans une stratégie de communication, elle constitue une réponse aux pressions exercées par les différents partenaires de l'entreprise. Afin de légitimer leur gestion environnementale, les dirigeants doivent être capables d'évaluer la nature et l'étendue de ces pressions publiques (Cormier et al 2004). Ces pressions peuvent être mesurées par l'exposition de la firme aux médias, étant donné que l'intérêt le plus important de la société est toujours tourné vers la question ou l'organisation particulière qui attire l'attention des médias (Brown et Deegan 1998). Ceci suggère que l'attention des médias, à travers la couverture de presse par exemple souligne directement les pressions publiques auxquelles les managers doivent prêter attention en ce qui concerne le management de leurs activités environnementales (Hooghiemstra 2000).

Les résultats de Cormier et al (2004) sur un échantillon de firmes allemandes montrent que l'étendu de la pression publique auquel la firme est sujette fait augmenter le niveau de la qualité de sa divulgation environnementale.

2.4. LA DIVULGATION SOCIETALE COMME CONDUITE INSTITUTIONNELLE

Bien que les incitations économiques et la pression publique peuvent expliquer la divulgation sociétale de la firme dans une période donnée ainsi que la différence entre les firmes dans leurs divulgations à travers les secteurs, elles ne permettent pas de déterminer les tendances

temporelles soulignées. Plus spécifiquement, la décision d'adopter une stratégie de communication environnementale n'est pas prise par le dirigeant tout seul et uniquement, sur la base d'incitations économiques et de légitimité (Cormier et al 2004).

La théorie institutionnelle fournit un cadre qui intègre les précédents arguments théoriques (économique, légitimité et parties prenantes) et qui permet de comprendre et d'expliquer la communication de l'information sociétale.

2.4.1. Le mimétisme

La décision de la firme de divulguer l'information sociétale peut être prise dans une perspective de conformité institutionnelle. En effet, les entreprises dans un même champs organisationnel tendent à se ressembler l'une à l'autre et dans leur environnement à travers le temps. La structuration d'un champs organisationnel pousse les organisations vers l'homogénéité.

Di Maggio et Powell (1983) nomment ce processus d'homogénéisation : Isomorphisme.

Ils identifient deux types d'isomorphisme :

- compétitif qui résulte des pressions de concurrence à l'intérieur de l'environnement du marché ;
- institutionnel focalisé sur la lutte pour la légitimité politique et institutionnelle sans faire abstraction des influences potentielles du marché.

Di Maggio et Powell (1983) analysent ensuite l'isomorphisme institutionnel à l'intérieur de 3 catégories de contraintes :

- les contraintes coercitives imposées par la loi ou la réglementation, elles sont assorties de sanctions ; elles contraignent les comportements et régulent les actions des groupes qui ne partagent pas les valeurs que la société a traduit par la loi.
- les contraintes normatives qui sont en général édictées par les milieux professionnels et définissent des bases cognitives similaires souvent par les processus de formation.
- les contraintes mimétiques qui vont conduire les organisations à en imiter d'autres, considérées comme pro-actives, et cela d'autant plus que l'environnement est incertain et ambigu.

En effet, en décidant de se conformer au leader dans le secteur en matière de communication environnementale et sociale ou en appliquant les lois et régulations qui obligent à publier ce type d'information, les organisations participent au processus d'institutionnalisation du *reporting* sociétal tel qu'il est décrit par Powell et Di Maggio.

D'une façon générale, une bonne manière pour que l'organisation justifie ses actions est d'imiter les pratiques d'une autre organisation qui est largement perçue comme le leader ou le modèle (DiMaggio et Powell, 1983).

Les firmes qui partagent les mêmes structures tendent de converger et d'adopter les mêmes stratégies sociales et environnementales. C'est ainsi que le mimétisme peut être considéré comme déterminant de la décision de la firme de communiquer l'information sur les impacts environnementaux de ses activités. Les résultats de l'étude de Cormier et al. (2004) montrent qu'il y a convergence dans la divulgation environnementale des entreprises allemandes à travers le temps.

2.4.2. La routine

En plus du mimétisme, les pressions institutionnelles peuvent diriger les organisations de s'engager dans des actions de routine sociale. Les routines sont des actions répétées et codifiées qui reflètent la connaissance tacite des acteurs. En d'autres termes, en répliquant simplement la divulgation sociétale de la firme pour la période précédente, les managers se conforment au moins aux attentes des investisseurs et d'autres parties prenantes et ne déstabilisent pas leur processus de divulgation environnementale interne (c'est à dire pour être capable de rendre compte aux parties externes, l'information doit être tout d'abord collectée en interne). Les routines, c'est à dire les actions qui résultent de processus fortement habituels et standardisés, sont bien reconnus comme une pierre angulaire des institutions (March et Simon 1958 tel que cité par Cormier et al, 2004).

Les résultats de l'étude de Cormier et al. (2004) montrent que la routine détermine le niveau de la divulgation environnementale des firmes allemandes dans une année donnée.

2.4.3. Le contexte institutionnel de la divulgation sociétale en Europe Continentale et en France :

A la fin de l'année 2001, la Commission Européenne a publié son Livre Vert intitulé « promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociétale des entreprises » par lequel elle lance le débat sur la nécessité pour les entreprises d'introduire des préoccupations sociales et environnementales dans leurs choix économiques.

Le livre vert établit que les gouvernements membres de l'Union Européenne doivent se focaliser sur la mise en place d'une régulation propre ou d'un cadre législatif dans le but de définir le niveau du champs sur la base duquel les pratiques socialement responsables peuvent être développées.

La Commission européenne a aussi publié des recommandations détaillées dans la reconnaissance, la mesure et la divulgation des questions environnementales (Journal officiel des Communautés européennes juin 13/2001 L 156/33-42).

En addition, pour les firmes européennes en accord avec les standards internationaux de comptabilité (IASB) IAS N°37 intitulée « Provisions, responsabilités contingentes et actifs contingents » fournissant un guide sur les provisions pour restauration des sites.

La provision doit être prise selon la meilleure estimation des dettes résultantes des évènements passés.

IAS N°37 indique que les provisions doivent être prises selon les meilleurs coûts estimés pour les sites décontaminés dans le cas de l'absence d'une législation forçant la compagnie pour payer la restauration du site.

En France, le nouvel article L-225-102-1 du code de commerce impose aux sociétés cotées de mentionner dans leur rapport annuel « *des informations sur la manière dont la société prends en compte les conséquences sociales et environnementales de son activité* ».

La nature de ces informations qui devront figurer pour la première fois dans le rapport annuel se rapportant à l'exercice social ouvert à compter du premier janvier 2002, a été précisée par un décret du 20 février 2002 complété par un arrêté du 30 avril 2002.

3. DONNEES ET METHODOLOGIE : MESURE DU NIVEAU ET DE LA QUALITE DE LA DIVULGATION SOCIETALE DES ENTREPRISES FRANÇAISES

Dans le développement qui va suivre, nous proposons de présenter dans une première étape la grille d'analyse que nous avons construite pour mesurer l'étendue de la divulgation sociétale. Dans une seconde étape, nous allons présenter l'échantillon choisi ainsi que les principaux résultats obtenus de l'analyse de contenu des rapports annuels.

3.1. PRESENTATION DE LA GRILLE D'ANALYSE

La grille d'analyse de l'information sociétale que nous avons constituée (voir annexe 1) est basée sur :

- la grille de Wiseman (1982) telle qu'elle a été adaptée par Cormier et Magnan (1999 et 2003),
- l'article 116 de la loi NRE du 15 mai 2001 ainsi que son décret d'application
- et aussi les indicateurs du GRI (*Global Reporting Initiative*)

Cette grille permet d'évaluer de façon qualitative mais aussi quantitative la divulgation sociétale des entreprises.

Les avantages clés de l'utilisation de cette grille inspirée de celle de Wiseman (1982) sont selon Cormier et Magnan (1999) les suivantes :

- le projet de rating et la construction consécutive du score de divulgation sociétale spécifique d'une firme permet à des données et informations de natures variables d'être intégrées dans un seul chiffre comparable.
- Un score de divulgation sociétale calculé avec l'échelle de Wiseman est compréhensible puisqu'il est basé sur la lecture et le codage des rapports annuels et/ou sociales incluant les notes aux états financiers.
- Contrairement à d'autres études de divulgations qui sont basées sur le compte des mots pour mesurer la divulgation environnementale (Neu et al.), l'utilisation de l'échelle de Wiseman permet aux jugements des chercheurs d'être confisqués dans la notation de la valeur de la divulgation faite par la firme. Les auteurs notent que bien que ce processus est plus subjectif, il assure que les généralités impertinentes ne sont pas considérées comme stratégiques dans la divulgation sociétale.
- Finalement, l'échelle de Wiseman a été utilisée dans les recherches précédentes (comme Freedman et Wesley 1990).

La divulgation environnementale comprend 58 items classés en six catégories :

- facteurs économiques,
- lois et règlements,
- normes de pollution,
- développement durable,
- restauration des sites
- gestion environnementale.

S'agissant d'informations de nature sociale, la grille comprends 27 items qui concernent :

- les évolutions des effectifs,
- l'organisation du travail, les rémunérations, les relations professionnelles et les accords collectifs.
- les conditions d'hygiène et de sécurité,
- la formation,
- l'emploi et l'insertion des travailleurs handicapés,
- les œuvres sociales et les conditions de recours à la sous-traitance.

- la manière dont la société prend en compte l'impact territorial de ses activités en matière de l'emploi et de développement régional.

La liste des items qui constituent la grille d'analyse permet d'indiquer si une information figurant au sein du support étudié (rapport annuel ou rapport environnemental dans notre cas), constitue ou non une information environnementale et/ou sociale et de l'affecter à la catégorie ou la sous-catégorie correspondante et de lui accorder un score ou une note.

L'échelle de notation qu'on a choisit va de 0 jusqu'à 3 :

- La note « 3 » est accordée si l'information liée à un item de la grille est décrite (présentée) de manière détaillée, claire et/ou elle est exprimée de manière monétaire et chiffrée.
- La note « 2 » est accordée si l'information liée à un item est décrite de manière précise. (c'est à dire qu'elle est chiffrée mais pas détaillée et vice-versa)
- La note « 1 » est accordée si l'information liée à un item est décrite de manière générale.
- La note « 0 » est accordée s'il n'y a aucune information liée à un item de la grille d'analyse dans le support étudié.

3.2. Echantillon et résultats

Notre échantillon est constitué par les entreprises françaises non financières cotées au SBF 120. Cet échantillon est considéré représenter les entreprises françaises cotées concernées par l'application de l'article 116 de la loi NRE et pour lesquelles on peut accéder aux rapports annuels. Nous avons choisi d'éliminer les institutions financières (banques et assurances) compte tenu de leurs comptabilités spéciales.

Notre méthodologie est basée sur l'analyse de contenu des rapports annuels de l'échantillon des firmes françaises pour les années 2001, 2002 et 2003. tout en se basant sur notre grille de codage, les items de la divulgation environnementale et sociale sont dûment notés selon le niveau de détail fourni par la firme.

Le choix des trois années d'étude (2001, 2002 et 2003) nous permettra d'étudier les différents aspects du *reporting* sociétal des entreprises françaises.

En effet, comme le précisait Teller (2001, p.167) « les différents aspects du reporting de la valeur n'ont pas le même poids juridique et il convient de bien séparer :

- Le *reporting* **légal** qui a pour base une obligation juridique et qui donne lieu à une certification légale.

- Le **reporting volontaire** qui est une offre volontaire d'informations de la part des dirigeants. Ce reporting volontaire, peut d'ailleurs faire l'objet d'un reporting indépendant.

Ainsi, l'analyse de contenu des rapports annuels 2001 des entreprises non financières du SBF 120, nous permettra d'identifier les déterminants du *reporting* sociétal volontaire de ces entreprises, puisque jusqu'en 2001, il n'y avait aucune obligation juridique en France qui incite les entreprises à rendre des comptes sur l'impact social et environnemental de leurs activités.

Par ailleurs, l'analyse de contenu des rapports annuels 2002 et 2003 des entreprises non financières du SBF 120, nous permettra d'étudier l'influence de la nouvelle réglementation apportée par la loi NRE sur le comportement des entreprises françaises et sur l'évolution de leurs pratiques de *reporting* sociétal. Aucune recherche académique n'est encore faite sur l'impact de l'article 116 de la loi NRE.

Notre recherche est exploratoire et consiste à tester la grille d'analyse de l'information sociétale qu'on a élaboré. Les résultats qu'on va présenter ci-dessous concernent 20 entreprises non financières (annexe 2) cotées au SBF 120 pour lesquels nous avons pu avoir accès aux rapports annuels des années 2001, 2002 et 2003 et les analyser sur la base de notre grille de codage.

Exemples d'informations des rapports annuels des entreprises et les scores qui leur sont accordés :

Dans son rapport annuel 2003, Air France-KLM communique sur l'item « les dépenses engagées pour prévenir les conséquences de l'activité de la société sur l'environnement » de la manière suivante : *«les dépenses destinées à prévenir les conséquences de l'activité sur l'environnement concernent notamment :*

- *le renouvellement de la flotte : CDG est le premier aéroport européen à instaurer le retrait des avions de 20%, soit pour Air France un retrait total des B747-200/300 concernées par cette mesure d'ici début 2008 ;*
- *la rénovation des stations de dégivrage sur les aéroports de Toulouse, de bordeaux et d'Orly afin d'éviter les risques de pollution accidentelle. Programmés sur 3 ans, ces travaux représentent un montant total de près de 2 millions d'euros ;*

- la prévention des risques de pollution et la maîtrise des rejets lors des process industriels : équipements pour éviter les pollutions accidentelles dans les évacuations pluviales (0,3 millions d'euros)
- la poursuite du déploiement du tri sélectif des déchets dans différents sites d'Air France : à Vilgénis, dans des hangars d'Air France industrie ;
- le remplacement de deux chaufferies à Vilgénis (0,8 million d'euros) »

l'information concernant cet item est présentée d'une manière précise et détaillée, en plus elle est chiffrée, donc on lui accorde la note 3.

Dans son rapport annuel 2002, Accor renseigne sur l'item « utilisation et émissions de substances qui appauvrissent la couche d'ozone en tonnes d'équivalent CFC-11 » de la manière suivante « le groupe a initié le recensement de toutes ses installations réfrigérantes et l'identification des types de fluides utilisés afin de poursuivre les remplacements des CFC dans les fluides de substitution et de planifier le renouvellement des installations » (rapport annuel 2003 d'Accor, page 27).

L'information est décrite de manière précise mais elle n'est pas exprimée en terme quantitatif ou monétaire, on lui accorde donc la note 2.

A l'issue du codage de l'information sociétale des rapports annuels de l'échantillon d'entreprises choisies, nous avons obtenu 60 observations soit 60 scores de la divulgation sociétale.

Nous présentons ci-dessous quelques statistiques descriptives caractéristiques de ces scores :

	<i>Sce2001</i>	<i>Sce2002</i>	<i>Sce2003</i>	<i>Social2001</i>	<i>Social2002</i>	<i>Social2003</i>	<i>Sociétal2001</i>	<i>Sociétal2002</i>	<i>Sociétal2003</i>
<i>Moyenne</i>	10,41	24,68	35,77	14,14	29,59	35,23	24,50	54,05	71,45
<i>Médiane</i>	9	20	31,5	12	26	35,5	20,5	52	70
<i>Ecart type</i>	9,59	15,61	19,29	5,86	14,61	14,31	12,69	25,20	29,72
<i>Minimum</i>	0	1	11	6	9	11	9	20	29
<i>Maximum</i>	32	58	80	33	65	71	52	115	137
<i>1° quartile</i>	1,75	12	20,5	10	17,5	24,75	14,75	33,25	48,25
<i>3° quartile</i>	15,5	38	49,5	16,25	40,25	43,75	31	63,25	86,75

Tableau 1 : statistiques descriptives des scores

Variables : Sce : score environnemental ; Social : score social; Sociétal : score sociétal

Ce tableau appelle les commentaires suivants :

* Le score environnemental moyen pour l'année 2001 est de 10,41. Il est de 24,68 pour l'année 2002 et de 37,77 en 2003. On remarque donc une évolution dans le niveau de la divulgation environnementale d'une année à l'autre.

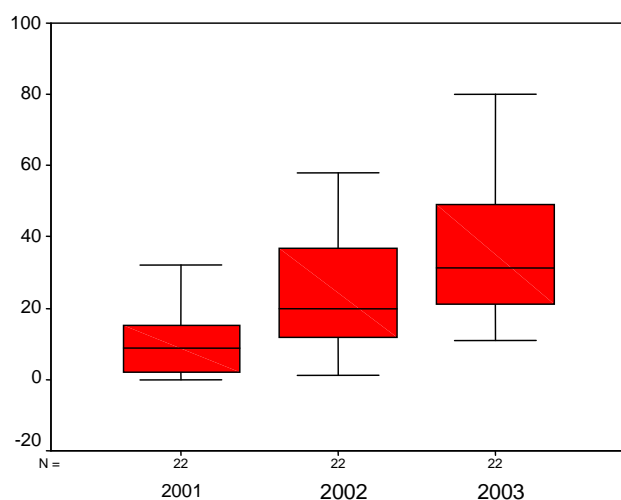
S'agissant du score social, la moyenne est passée de 14,14 en 2001 à 30,05 en 2002 et 36,05 en 2003, on remarque donc une nette évolution de la divulgation de l'information sociale par les entreprises depuis la promulgation de la loi NRE.

L'évolution des scores de la divulgation environnementale et sociale induit une évolution du score sociétal global. Ainsi, la moyenne est passée de 24,50 en 2001 à 54,05 en 2002 et 71,45 en 2003.

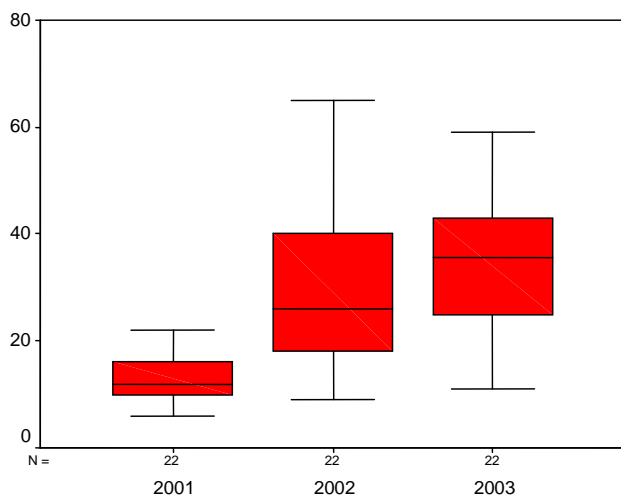
* En 2001, 50 % des entreprises de notre échantillon ont un score environnemental supérieur à 9, ce seuil est de 20 en 2002 et 31,5 en 2003

Schémas de type Box Plot.

Score environnemental



Score social



Ces schémas indiquent pour chacun des deux scores :

- * le minimum borné,
- * le maximum borné,
- * le 1^o quartile, la médiane et le 3^o quartile.

4. CONCLUSION

Au terme de ce travail, nous tenons à rappeler que notre recherche est exploratoire et s'inscrit dans un projet de thèse doctorale qui a pour ambition d'étudier les déterminants de la divulgation sociétale des entreprises.

Notre revue de la littérature dans ce domaine montre que plusieurs cadres théoriques ont été proposés mais si nous voulons plus comprendre la décision des firmes d'adopter une stratégie de communication de l'information sociétale, nous devons la regarder à la lumière d'un cadre multi théorique tel était notre propos dans ce papier. Ainsi, la décision de la firme de divulguer l'information sociétale peut être à la fois vue comme une réponse aux :

** besoins en information des parties prenantes financières ;

** attentes environnementales et sociales de la société qui se transforment en pressions du public ;

** processus et contraintes institutionnelles qui peuvent être propres à la firme ou au pays.

A l'aide d'une grille de codage similaire à celle de Wiseman (1982) et Cormier et Magnan (1999 et 2003), nous avons pu mesurer l'étendue (niveau et qualité) de la divulgation sociétale. Les résultats de l'analyse de contenu de 60 rapports annuels de 20 entreprises françaises pour les années 2001, 2002 et 2003 montrent qu'il y a une évolution dans l'étendue de la divulgation sociétale.

Notre objectif par la suite est d'étudier les déterminants de la divulgation sociétale afin de pouvoir proposer le cadre théorique le plus adapté pour expliquer la décision de la firme de divulguer l'information sociétale.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Berthoin A., Dierkes M., MacMillan K. et Marz L. (2002), “ Corporate Social Reporting Revisited ”, *Journal of General Management*, Vol. 28 N° 2 Winter.
- Blaconière W. et Northcut D. (1997), « Environmental Information and Market Reactions to environmental Legislation », *Journal of Accounting Auditing & Finance*.
- Blaconière W. et Patten D. (1994), “ Environmental disclosures regulatory costs and changes in firm value ”, *Journal of Accounting and Economics* 18, pp 357 – 377.
- Botosan C. et Harris M.S. (2000), “ Motivations for a change in Disclosure Frequency and Its Consequences : An Examination of Voluntary Quarterly Segment Disclosures ”, *Journal of Accounting research* Vol. 38 N° 2 Autumn.
- Botosan C. et Plumlee M. (2002), “ A Re-examination of Disclosure Level and the Expected Cost of Equity Capital ”, *Journal of Accounting Research* Vol. 40 N° 1 March.
- Bowman E. H. and Haire Mason (1975), “ A strategic posture toward Corporate Social Responsibility ”, *California Management Review*, **18** (2)49-58.
- Brown N. et C. Deegan (1998), « The public Disclosure of Environmental Performance Information – A Dual Test of Media Agenda Setting Theory and Legitimacy Theory », *Accounting and Business Research* 29 (1), hiver, p. 21-41.
- Clarkson P.M., Li Y. et Richardson G.D. (2004), “The market valuation of environmental capital expenditures by pulp and paper companies”, *the Accounting review* 79 (2), 329-353.
- Cormier D. and I. M. Gordon (2001), “ An Examination of Social and Environmental Reporting Strategies ”, *Accounting, Auditing and Accountability Journal* **14** (5), 587-616.
- Cormier D. et M. Magnan (1999), “ Corporate Environmental Disclosure Strategies : Determinants, Costs and Benefits ”, *Journal of Accounting, Auditing and Finance* Vol. 14 (4), pp.429-451.
- Cormier D. et M. Magnan (1999), “ The Costs and Benefits of Environmental Reporting in a European Context : the case of France ”, *Working Paper*, November.
- Cormier D. et M. Magnan (2002), “ The contribution of environmental reporting to investor’s valuation of a firm’s earnings : an international comparison ”, *Working Paper of CRG*, n° 13-2002.
- Cormier D. et Magnan M. (2003) « la communication d’information environnementale un enjeu stratégique pour les entreprises », *Revue des Sciences de Gestion (Economie et Sociétés)* vol 33 (1) printemps.
- Cormier D., Berthelot S. et Magnan M. (2003) « La gestion stratégique des résultats : le cas des provisions environnementales », *Comptabilité Contrôle Audit*.
- Cormier D. et M. Magnan (2003), « Les modes de divulgation d’informations

- environnementales : une analyse intersectorielle », *Document de Travail de CRG n° 01-2003*.
- Cormier D. et M. Magnan (2003), “ Environmental Reporting Management : A continental European Perspective ”, *Journal of Accounting and Public Policy* **22** (1), 43-62.
- Cormier D. et Magnan M. (2004) : “ The impact of the web on information and communication modes : the case of corporate environmental disclosure ”, *International Journal Technology Management*, vol 27 N°4.
- Cormier D., Magnan M. et Walter A. (2003) “ Performance Disclosure Practices by European and North American firms, determinants and analyst’s relevance ”. *Working Paper. Université du Québec à Montréal (www.UQAM.ca/crg)*.
- Cormier D., Berthelot S. et Magnan M. (2003) “ Environmental Disclosure Research : review and synthesis ”. *Working Paper. Université du Québec à Montréal (www.UQAM.ca/crg)*.
- Cormier D., Gordon I. M. et Magnan M. (2003), “ Corporate Environmental Disclosure : Contrasting Management’s Perceptions With Reality ”, *Journal of Business Ethics* 1-22.
- Cormier D., Ledoux M.J. et Magnan M. (2004) “Corporate performance disclosure transparency : toward stakeholder stewardship”. *Working Paper. Université du Québec à Montréal (www.UQAM.ca/crg)*.
- Cormier D., Magnan M. et B. Van Velthoven (2001) “ Environmental Reporting Management : an International Perspective . *Working Paper. Université du Québec à Montréal (www.UQAM.ca/crg)*.
- Cormier D. et Magnan M. et W. Aerts (2004) : “ Intra - Industry Imitation in Corporate Environmental Reporting : an International perspective “, *Working Paper. Université du Québec à Montréal (www.UQAM.ca/crg)*.
- Cowen, S. S., L.B. Ferreri et L.D. Parker (1987) “The impact of Corporate Characteristics on social responsibility Disclosure : A typology and Frequency-Based analysis. *Accounting, Organizations and society : 111-122*.
- Deegan C. et Gordon B. (1996), “ A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations ”, *Accounting and Business Research* 26 (3) : 187 – 199.
- Deegan C. (2002), “The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation, *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 15 (3), pp.282-311.
- Dejean F. et Gond J-P. (2003), « La Responsabilité Sociétale des Entreprises : enjeux stratégiques et stratégies de recherche » <http://www.univ-tlse.fr/LIRHE/>

- Dierkes M. et Antal Berhoin A. (1985), “ The Usefulness and Use of Social Reporting Information ”, *Accounting, Organizations and Society*, **10** (1), 29-34.
- Donaldson, T. et L. E. Preston (1995), “ The Stakeholder Theory of the Corporation : Concepts, Evidence and Implications ”, *Academy of Management Review* **20** (1), 65-91.
- Dumontier, P. et B. Raffournier, 1999 « Vingt ans de recherche positive en comptabilité financière », Papier présenté lors du séminaire doctoral animé par Pascal Dumontier à l'ISCAE de Tunis, Avril 1999, 26p
- Gray R., R. Kouhy and S. Lavers (1995), “ Corporate Social and Environmental Reporting : A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure ”, *Accounting, Auditing and Accountability Journal* **8** (2), 47-77.
- Healy P.M. et Palepu K.G. (2001) , Information Asymmetry, corporate Disclosure, and Capital Markets : A review of Empirical Disclosure Literature. *Journal of Accounting and Economics* 31 (1/3) : 405-440.
- Henriques I. et P. Sadorsky (1999), “ The Relationship between Environmental Commitment and Managerial Perceptions of Stakeholder Importance ”, *Academy of Management Journal* **42** (1), 87-99.
- Hogner, R. H. (1982), “ Corporate Social Reporting Eight Decades of Development at U.S. Steel ”, *Research in Corporate Performance and Policy* **4**, 243-250.
- Igalens J. et J. P. Gond (2003), « La Mesure de la Performance Sociale de l'Entreprise : Une Analyse Critique et Empiriques des Données ARESE », *Revue de Gestion des Ressources Humaines*, N°50, Octobre novembre décembre.
- Ingram R. et Frazier K. (1980), “ Environmental Performance and corporate disclosure ”, *Journal of Accounting Research (Autumn)*, pp 614-622.
- Jackson C. et Bundgard T. (2002), “ Achieving quality in social reporting : the role of surveys in stakeholder consultation ”, *Business Ethics : A European Review*, Vol 11 (3)
- Jawahar I.M. et McLaughlin G.L. (2001), “Toward a descriptive Stakeholder Theory : an organizational life cycle approach, *Academy of Management Review*, Vol 26, N°3, pp 397-414.
- Jones T. (1995), “Instrumental Stakeholder Theory : a synthesis of ethics and economics”, *Academy of Management Review*, Vol 20, N° 2 pp. 404-437.
- Jones T. et Wicks A. (1999), “Convergent Stakeholder Theory”, *Academy of Management Review*, Vol. 24, N° 2, pp 206-221.
- Labelle R., Schatt A. et Sinclair-desgagné B. (2004), « Une étude empirique des déterminants de la qualité des divulgations environnementales », *papier présenté à la conférence « Gouvernance et Développement Durable », qui s 'est tenue à l'IAE de Paris le 26 novembre 2003.*
- Lang M. et Lundholm R (1996), “ Corporate Disclosure Policy and Analyst Behavior ”, *The Accounting Review*, vol 71 N°4, October, pp 467-492.
- Lang M. et Lundholm R. (2000), “ Voluntary disclosure and equity offerings : reducing information asymmetry or hyping the stock ” *Contemporary Accounting research* 17 (4), pp 623 – 662.
- Leuz C. et Verrecchia R. (2000), “ The Economic Consequences of Increased Disclosure ” *Journal of Accounting Research Vol 38 Supplement.*

- Lev B. (1992), " Information Disclosure Strategy ", *California Management Review* **34** (4), 9-32.
- Li, Y., G.D. Richardson and D.B. Thornton (1997) " Corporate Disclosure of Environmental Liability Information Theory and evidence ", *Contemporary Accounting Research* **14** (Fall) 435-474.
- Mitchell, R.K., B.R. Agle and D.J. Wood (1997), "Towards a theory of stakeholder Identification and salience : defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management review* **22** : 853-886.
- Neu D. H. Warsame and K. Pedwell (1998), " Managing Public Impressions : Environmental Disclosures in Annual Reports ", *Accounting, Organisations and Society* **23** (3), 265-282.
- Patten D. M. (1991), " Exposure, legitimacy and social disclosure ", *Journal of Accounting and Public Policy* **10** (4) : 297 – 308.
- Patten D. M. (1992), " Intra-Industry Environmental Disclosures in Response to the Alaskan Oil Spill : A Note on Legitimacy Theory ", *Accounting, Organisations and Society* **17** (5), 471-475.
- Patten D. M. (2000), "The relation between environmental performance and environmental disclosure : a research note", *Accounting, Organisations and Society* **27** 763-773.
- Pellé-Culpin I. (1998), « Du paradoxe de la diffusion d'information environnementale par les entreprises européennes », *thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université de Paris Dauphine*.
- Richardson A. et Welker M. (2001), " Social disclosure, financial disclosure and the cost of Equity capital ", *Accounting Organizations and Society* **26**, pp 597-616.
- Roberts R. W. (1992), " Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure : An Application of Stakeholder Theory of Stakeholder Theory ", *Accounting Organisations and Society* **17** (6), 595-612.
- Ullmann 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 NO 3, pp 540-57.
- Watts, R. et J.L. Zimmerman. 1978, "Towards a Positive Theory of the determination of accounting standards", *The Accounting Review*, janvier, pp.112-134
- Wilmshurst, T. and G. Frost (2000), " Corporate Environmental Reporting : A Test of Legitimacy Theory ", *Accounting, Auditing and Accountability Journal* **13** (1), 10-26.
- Wiseman, J. (1982), " An Evaluation of environmental disclosures made in annual reports ", *Accounting, Organizations and Society*, **7** (1), pp 53-63.
- Woodward D., P. Edwards and F. Birkin (1996), " Organizational Legitimacy and Stakeholder Information Provision ", *British Journal of Management* **7** (4), 329-347.

ANNEXE 1 : GRILLE DE CODAGE DE L'INFORMATION SOCIETALE**INFORMATION ENVIRONNEMENTALE**

5. LIBELLES	2001	2002	2003
6. <u>FACTEURS ECONOMIQUES</u>			
Les dépenses engagées pour prévenir les conséquences de l'activité de la société sur l'environnement			
- investissements passés et présents en équipement en matière de contrôle de la pollution			
- Coûts d'exploitation passés et présents en équipement en matière de contrôle de la pollution			
- Estimation des investissements en équipement en matière de contrôle de la pollution			
- Estimation des coûts d'exploitation futurs en matière de contrôle de la pollution			
- Financement pour équipement en matière de contrôle de la pollution			
- Dette environnementale (présente et potentielle)			
Total des dépenses environnementales par type			
- le montant des provisions et garanties pour risques en matière de l'environnement ou risque de pollution			
-provision pour charge (ex. remise en état des installations)			
6.1.1.1.1 <u>Lois et règlements</u>			
- Litiges (présents et potentiels)			
- Amendes			
- les mesures prises, le cas échéant, pour assurer la conformité de l'activité de la société aux dispositions législatives.			
- Montant des indemnités versées sur décision judiciaire en matière d'environnement			
- Cas et pénalités pour non-respect du droit de l'environnement.			

7. <u>NORMES DE POLLUTION</u>			
- Description des principaux impacts sur la biodiversité des activités et / ou produits ou services de l'entreprise			
- Emissions de gaz à effet de serre en tonnes d'équivalent CO2			
- Utilisation et émissions de substances qui appauvrissent la couche d'ozone en tonnes d'équivalent CFC-11.			
- Emissions de NOX, SOX et d'autres polluants atmosphériques			
- Rejets significatifs de produits chimiques, d'huiles et de carburants (nombre et volume total)			
- Impacts environnementaux des produits et services			
- Autres émissions indirectes pertinentes de gaz à effet de serre			
- Impacts environnementaux des moyens de transports			
- Impacts des activités sur les zones protégées et sensibles			
- Modifications des habitats naturels dues aux activités et pourcentage de terrains protégés ou restaurés			
- Sources d'approvisionnement en eau et écosystèmes / habitats connexes fortement touchés par les rejets et écoulements.			
- Quantité totale de déchets par type et destination			
- Pourcentage de la masse des produits vendus récupérable en fin de vie utile et pourcentage réellement récupéré			
- Production, transport, importation ou exportation de tous déchets jugés « dangereux » au titre de la convention de Bâle.			
- Contrôle des installations et des procédés			
- Respect des normes			
- nuisances sonores et olfactives			
<u>Développement Durable :</u>			
Conservation des ressources naturelles			
Consommation des ressources en eau (consommation totale d'eau)			
- Sources d'approvisionnement en eau et écosystèmes/habitats connexes fortement touchés par la consommation d'eau			
- Prélèvements dans la nappe phréatique et en surface, en pourcentage disponible dans les sources d'approvisionnement			

- Volume total d'eau recyclée et réutilisée			
Consommation de matières premières ou consommation totale des matières premières par type			
- Pourcentage de matériaux consommés qui sont des déchets (recyclés ou non) provenant des sources externes à l'entreprise			
Conditions d'utilisation des sols			
- Emplacement et superficie des terrains détenus, loués ou gérés dans des habitats riches en biodiversité			
- Superficie totale des terrains détenus, loués ou gérés pour des activités de production ou d'extraction			
- Surface totale imperméable en pourcentage des terrains achetés ou loués			
- Unités de production à l'intérieur ou aux alentours de zones protégées ou sensibles			
- information sur la protection de la faune et de la flore			
<u>Restauration des sites :</u>			
Les mesures prises pour limiter les atteintes à l'équilibre biologique, aux milieux naturels, aux Espèces animales et végétales protégées ;			
Objectifs, programmes et prévisions de protection et de restauration des écosystèmes et espèces indigènes dans les zones dégradées			
- Dette potentielle liée à la restauration (ex. par voie de note aux états financiers)			
Nombre et nature des déversements : efforts de réduction			
<u>Gestion environnementale :</u>			
Politiques environnementales et sensibilisation de l'entreprise à la protection de l'environnement			
Existence de services internes de gestion de l'environnement, formation et information des salariés (département ou groupe ou service affecté à l'environnement)			
Objectifs assignés aux filiales à l'étranger (points 1 à 6 du décret)			
Audits environnementaux (buts et cibles)			
- Prix pour respect de l'environnement			
- les démarches d'évaluation ou de certification entreprises en matière			

d'environnement (ISO 14000)			
- Participation de l'entreprise à l'élaboration des normes environnementales			
- Projets conjoints avec d'autres entreprises sur la gestion environnementale			
Score total de la divulgation environnementale			

INFORMATION SOCIALE : INDICATEURS SOCIAUX

Effectifs			
Embauches contrats à durée déterminée (CDD)			
Embauches contrats à durée indéterminée (CDI)			
Difficultés de recrutement			
Heures supplémentaires			
Main d'œuvre extérieure			
Départs et motifs			
Plans de réduction des effectifs et de sauvegarde de l'emploi			
Efforts de reclassement			
Réembauches			
Mesures d'accompagnement			
Organisation du travail			
Absentéisme et motifs			
Rémunération			
Charges sociales			
Epargne salariale			
Egalité professionnelle			
Dialogue sociale			
Conditions d'hygiène et de sécurité			
Formation			
Travailleurs handicapés			
Œuvres sociales			
Sous-traitance			
Développement régional et emploi			

Relations avec les parties prenantes (les associations d'insertion, les établissements d'enseignement, les associations de défense de l'environnement, les associations de consommateurs et les populations riveraines)			
Dispositions OIT (Organisation Internationale de Travail) dans les filiales			
Dispositions OIT chez les sous-traitants			
Score total de la divulgation sociale			
Score total de la divulgation sociétale			

ANNEXE 2 : LISTE DES ENTREPRISES OBJET DE L'ETUDE :

ACCOR

AIRFRANCE –KLM

ALTRAN TECHNOLOGIE

BIC SA

BOUYGUES

CARREFOUR

COMPAGNIE GENERALE DES ETS MICHELIN - MICHELIN ET CIE

EUROTUNNEL

FIMALAC

France TELECOM

GROUPE DANONE

L' AIRLIQUIDE

LAFARGE

LAGARDERE

L'OREAL

RENAULT

THALES

THOMSON

TOTAL SA

VIVENDI UNIVERSAL