



La responsabilité sociale de l'entreprise entre théorie et concrétisation pratique : cas de l'Algérie

DJAOUAHDOU Réda, NABTI Ahlem

Université BADJI Mokhta, LARIEF, Annaba Algérie, FSEG-Biskra-Algérie

I. L'idée de la responsabilité sociale : un nouvelle utopie ou simplement un mode de management

Jusqu'au milieu du XIXe siècle comme l'expliquent¹ Jérôme Ballet et Françoise de Bry, les économistes n'ont pas de préoccupation sociale. Les industriels ne sont soumis à aucune obligation, en raison de l'absence de droit au travail. Pour autant, influencé par la doctrine catholique, le paternalisme se développe, et se traduit par la création d'un réseau d'institutions qui prennent en charge le personnel du berceau à la tombe. L'entreprise veut apparaître comme une famille dont le patron est le père et les ouvriers ses enfants. A partir des années 1920, le paternalisme va commencer à décliner et le terme devient péjoratif. La naissance de l'Etat providence, conjuguée au développement de syndicalisme et du socialisme, remet en cause le concept. Depuis la seconde moitié du XXe siècle, on parle plus volontiers d'entreprise citoyenne ou d'entreprise éthique.

A. Définition de la responsabilité sociale

1. Définition

Les définitions sont déversent (Cf. tableau ci-dessous) et non harmonisées, l'entreprise ne peut devenir responsable et s'engager dans le développement durable que si elle se transforme en profondeur : en élargissant ses finalités, en adoptant des comportements plus éthiques et en acceptant un vrai débat sur l'amélioration de notre modèle de développement². Dans son livre vert publié en juillet 2001 la commission européenne en donne sa version : « le concept de la responsabilité sociale des entreprises signifie essentiellement que celles-ci décident de leur propre initiative de contribuer à améliorer la société et rendre plus propre l'environnement(...) cette responsabilité s'exprime vis-à-vis des salariés et plus généralement de toutes les parties prenantes (stakeholders) qui sont concernés par l'entreprise mais qui

¹Jérôme Ballet et Françoise de Bry : l'entreprise et l'éthique, édition. Seuil 2001.

² Philippe de Woot : responsabilité sociale faut-il enchaîner prométhée ? édition, Economica 2005.

peuvent, à leur tour, influencer sur sa réussite » la responsabilité sociale d'une organisation fait référence à des concepts philosophico-éthiques. Trois écoles existent. La plus importante c'est l'école américaine du Business Ethics, qui vise à créer des codes moraux au sein de l'entreprise. L'école allemande vise, elle, à une éthique collective : les salariés comme les dirigeants sont concernés. Il leur est nécessaire d'établir un consensus. L'école française est considérée comme une école « critique » vis-à-vis de la viabilité du concept d'éthique de l'entreprise. On peut dire que la responsabilité sociale et environnementale ou sociétale de l'entreprise s'étend à l'ensemble de ses activités. Pour chaque grand domaine il existe une grille de critères : environnement, ressources humaines, gouvernement d'entreprise, pratiques commerciales, impact local et citoyenneté.

Quelques exemples de définitions

Type d'approche	Source	Définition
Agir au delà d'une responsabilité économique, contractuelle ou légale.	Jones (1980)	La responsabilité sociétale est « [l'idée] selon laquelle les entreprises, au delà des prescriptions légales ou contractuelles, ont une obligation envers les acteurs sociétaux »
Maximiser le profit pour les actionnaires	Friedman (1962)	« Rien n'est plus dangereux pour les fondements de notre société que l'idée d'une responsabilité sociale des entreprises autre que de générer un profit maximum pour leurs actionnaires »
Répondre aux attentes de la société de manière volontaire	Carroll (1979)	La responsabilité sociétale est « ce que la société attend des organisations en matière économique, légale, éthique et volontaire, à un moment donné »
Respecter des principes de déclinant au niveau institutionnel, organisationnel et managérial	Wood (1991)	« La signification de la responsabilité sociétale ne peut être appréhendée qu'à travers l'interaction de trois principes : la légitimité, la responsabilité publique et la discrétion managériale, ces principes résultant de trois niveaux d'analyse, institutionnel, organisationnel et individuel »
La performance sociétale comme intégration des approches de la RSE	Wartick&Cochran (1985)	La PSE est « l'interaction sous-jacente entre les principes de responsabilité sociale, le processus de sensibilité sociale et les politiques mises en œuvre pour faire face aux problèmes sociaux »
La performance sociétale comme capacité à satisfaire les <i>stakeholders</i>	Clarkson (1995)	La PSE peut se définir comme la capacité à gérer et à satisfaire les différentes parties prenantes de l'entreprise (définition construite)

Source : Jean-Pascal Gond, *Les fondements théoriques de la Responsabilité Sociale des Entreprises*.
in www.seminar.hec.ulg.ac.be/docs

2. Les outils

Pour que la RSE devienne un axe stratégique de l'entreprise, le processus est progressif :

-**Première étape** : faire un diagnostic social et environnemental (exemple : conditions de travail ; parité au sein de l'entreprise, politique anti-discrimination, consommation d'énergie, d'eau ou émissions de gaz à effet de serre).

-**Seconde étape** : définir des orientations et fixer des objectifs d'amélioration et, le cas échéant, s'engager dans des démarches volontaires collectives.

-**Troisième étape** : Mettre en œuvre des programmes d'action pour modifier ses pratiques et construire les dispositifs de reporting qui permettent d'en rendre compte en s'appuyant sur ses parties prenantes. Pour établir des diagnostics ou atteindre des objectifs, les entreprises peuvent recourir à leurs parties prenantes. Concrètement cela peut les conduire à monter des partenariats avec des ONG, spécialistes des questions environnementales ou sociales.

3. Les différentes stratégies (RSE)

La typologie des stratégies RSE peut être établie en s'appuyant sur deux critères¹ :

- la pression imposée à l'entreprise par des ONG, l'opinion publique, les législations à venir, ...celle-ci sera plus au moins marquée selon les secteurs d'activité de l'entreprise, l'industrie lourde étant par exemple plus sous pression que les services.

- l'attitude de l'entreprise, qui peut choisir d'anticiper et d'identifier les axes les plus porteurs dans le développement durable, ou bien qui peut au contraire évoluer seulement face aux contraintes réglementaires et aux revendications des parties prenantes.

Selon ces deux critères, on peut déterminer six catégories de positionnement des entreprises, à savoir :

1-**Les stratégès** : soumises à une pression forte, ces entreprises font du développement durable une opportunité intégrée dans la stratégie globale de l'entreprise. *Exemple* : BP.

2-**Les engagés** : face à une pression externe modérée, l'adéquation du développement durable avec leurs valeurs leur permet de construire une politique globale de responsabilité sociétale, inscrite dans les stratégies. *Exemple* : Sony.

3-**Les concernées** : en réaction aux pressions de l'environnement, le développement durable est vu d'abord à travers les opportunités de marché qu'il offre, autour de grandes priorités. *Exemples* : Danone, Suez.

4-**Les proactives** : l'anticipation des attentes des clients oriente une partie de l'activité autour d'un positionnement développement durable. *Exemple* : Monoprix.

5-**Les cibles idéales** : une pression très forte les conduit à réagir par des programmes d'actions cherchant à éviter les risques de mise en cause. *Exemples* : Nike, Exxon.

6-**Les entrants** : face à une pression encore limitée, ces entreprises ont mis en œuvre des démarches d'adaptation aux nouvelles normes implicites de responsabilité sociale et environnementale. *Exemples* : Société Générale, BNP, France Telecom.

¹étude Novethic sur l'impact du développement durable dans la stratégie des grandes entreprises. In www.novethic.fr

4. Les bénéfices qu'une entreprise peut tirer d'une démarche RSE

Si les évolutions actuelles de la société poussent les entreprises à s'engager dans des démarches de Responsabilité sociale (RSE), celles-ci en tirent des bénéfices tangibles. Ceux-ci s'observent soit par une réduction des risques pris par l'entreprise, soit par les nouvelles opportunités qu'elles peuvent tirer de ces approches. Parmi les études qui se sont penchées sur ce que les entreprises trouvent comme avantages directs dans une prise en compte du développement durable, les travaux de Novethic¹, qui ont classé ces bénéfices en cinq types : amélioration de l'efficacité et réduction des coûts, réponses aux attentes des clients, développement de nouvelles activités, mobilisation du personnel, amélioration des relations avec les fournisseurs.

- L'amélioration de l'efficacité est l'axe le plus reconnu : la responsabilité sociétale, notamment en revisitant les acquis des démarches qualité, est à l'origine de gains de productivité et de réduction des coûts. Management environnemental, économies d'énergie, politique RH novatrices, constituent autant d'investissements -souvent immatériels- dont les impacts à moyen terme peuvent être importants : les exemples ne manquent pas. Sur ce plan, l'exemple le plus intuitif est la chasse aux gaspillages : engagée pour des raisons écologiques de lutte contre la surconsommation de ressources, elle a un impact économique positif immédiat.

- L'axe des clients consiste soit à retourner le risque d'image en avantage concurrentiel, en répondant aux attentes des parties prenantes (Lafarge cimentier « exemplaire »...), soit à orienter son offre vers des segments de clientèles sensibles au développement durable (Monoprix et les consommateurs urbains...) ou encore à créer des produits correspondant à des nouvelles attentes (nouveaux matériaux écologiques, offre de services financiers socialement responsable...).

- Des activités nouvelles ou orientées peuvent naître du développement durable. Il s'agit de se positionner sur des marchés porteurs, notamment dans l'environnement (Rabo Green Bank et le financement du développement durable, Veolia Environnement et l'offre de services à valeur ajoutée liés aux exigences de qualité et de sécurité ...), mais aussi réorienter le portefeuille stratégique (BP devenant « Beyondpetroleum », Shell et les énergies alternatives...), ce qui peut aller jusqu'à renoncer à des activités ou des zones d'implantations, trop risquées au regard de la responsabilité sociétale.

- La mobilisation du personnel et de parties prenantes externes, autour de valeurs partagées, de projets stratégiques et d'une plus grande ouverture sur l'extérieur, permet de réduire le risque social et de créer une dynamique de progrès (ST Microtronics plus attractif pour recruter, Lafarge impliquant le personnel dans sa relation avec WWF...), les partenariats avec les parties prenantes contribuant à la transformation des pratiques internes (Carrefour et la FIDH, ST Microtronics fidélisant ses clients autour de démarches environnementales...)².

- Enfin sur l'axe de la valorisation boursière, on pense bien sûr d'abord aux dispositifs pour limiter les facteurs de risque les plus marquants. Mais les démarches de gouvernance, l'établissement de nouvelles relations avec les investisseurs et la mise en valeur d'actifs immatériels peuvent se conjuguer pour conforter la valorisation du titre (BP et ses relations avec Sane BP, association d'actionnaires « développement durable », ou différents grands groupes développant la certification environnementale et le reporting sociétal pour mettre en

¹ Idem

² Voir Patrice De La Broise, Thomas Lamarche (2006), *Responsabilité sociale : vers une nouvelle communication des entreprises*, Edition Septentrion.

valeur des actifs peu lisibles sous l'angle comptable et financier...). Ces démarches ne portent leurs fruits qu'à moyen ou long terme. Jusqu'à aujourd'hui, seule une minorité de grandes entreprises ont su construire une vraie différenciation stratégique sur ce plan. Pour les autres, l'exigence de responsabilité vis-à-vis de la société apparaît comme des contraintes qui selon l'environnement propre à chaque entreprise, sont en mesure d'ouvrir des opportunités intéressantes. A condition d'être construites avec cohérence, en programmant les coûts de ces investissements et en visant un horizon plus large que celui de la communication sur le développement durable.

B. Responsabilité sociale des entreprises (RSE) et développement durable

La notion de Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) est liée à l'application aux entreprises du concept de développement durable qui repose sur trois piliers (économique, social et environnemental). La RSE (CSR, Corporate Social Responsibility selon le vocable international) signifie qu'une entreprise doit non seulement se soucier de sa rentabilité et de sa croissance, mais aussi de ses impacts environnementaux et sociaux. Elle doit aussi être plus attentive aux préoccupations de ses parties prenantes (« Stakeholders ») : salariés, actionnaires, clients, fournisseurs et société civile dont les ONG sont les portes-paroles. En ce sens, on peut définir la RSE comme « l'application par les entreprises des contraintes et opportunités du développement durable ». Mais alors comment définir le développement durable, au delà de la prise en compte du long terme et des générations futures chères au Rapport BRUNDTLAND¹ selon lequel « le développement durable [permet de] satisfaire les besoins actuels sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire les leurs » ? Le long terme a certes le mérite de réconcilier les trois termes du développement durable, usuellement considérés comme ses trois « piliers » (économiques, social et environnemental) : un avenir soutenable ne peut se concevoir en épuisant les ressources de la planète et en dévastant le capital humain qui non seulement conditionne la qualité de la production mais aujourd'hui la capacité à innover et la valeur « immatérielle » de l'entreprise. Le développement durable ne se résume pourtant pas à la superposition des trois termes de l'équation². C'est leur articulation et leur difficile équilibre qui sont en question. En ce sens, le développement durable permet d'éviter les trois « ni » : ni croissance sans emploi, ni croissance qui épuise les ressources et dégrade l'environnement, ni décroissance. Il s'agit également de veiller à ce qu'aucun des trois piliers ne l'emporte et que la satisfaction d'une exigence ne nuise pas aux autres : or la conciliation de ces exigences impose souvent des arbitrages cornéliens.

La responsabilité sociale des entreprises est aujourd'hui sollicitée pour répondre aux dégâts occasionnés par l'activité économique, dans un contexte marqué par la multiplication des problèmes environnementaux, en particulier le changement climatique, par la crainte d'une pénurie accumulée des dangers pour la santé humaine d'un développement peu écologique. Répondre à ces défis nécessitera pour les entreprises de s'engager dans une démarche sociétale et des innovations technologiques ou organisationnelles qui seront plus radicales et plus coûteuses, ce qui leur permettent, en retour, une différenciation qualitative, parfois vitale, et créent de nouveaux marchés pourvoyeurs d'emplois³.

¹ Rapport Brundtland du nom de la présidente de la commission des Nations unies sur l'environnement et le développement, Gro Harlem BRUNDTLAND, qui publia en 1987 le premier rapport sur le développement durable intitulé *Our Common Future*.

² Voir Mari Claude Smouts (2005), *Le développement durable : les termes du débat*, Edition Arman Colin.

³ Cécile Joly (2006), *L'entreprise Responsable : sociale, éthique, « verte »...et bénéficiaire ?* Edition du Félin.

II. Quels enseignements peut-on tirer de l'expérience du leader énergétique algérien Sonatrach en matière de responsabilité sociale ?

A. La RSE : cas de la sonatrach

1. Présentation de SONATRACH

SONATRACH est la compagnie Algérienne de recherche, d'exploitation, de transport par canalisation, de transformation et de commercialisation des hydrocarbures et de leurs dérivés. Elle intervient également dans d'autres secteurs tels que la génération électrique, les énergies nouvelles et renouvelables et le dessalement d'eau de mer. Elle exerce ses métiers en Algérie et partout dans le monde où des opportunités se présentent. SONATRACH est la première entreprise du continent africain. Elle est classée 12^{ème} parmi les compagnies pétrolières mondiales, 2^{ème} exportateur de GNL et de GPL et 3^{ème} exportateur de gaz naturel. Sa production globale (tous produits confondus) est de 232.3 millions de tep en 2005. Ses activités constituent environ 30% du PNB de l'Algérie. Elle emploie 120 000 personnes dans l'ensemble du Groupe. SONATRACH, entreprise citoyenne, œuvre à resserrer les liens sociaux, aider les populations dans le besoin, promouvoir la recherche et les activités scientifiques, aider la création artistique, promouvoir la pratique sportive, contribuer à la préservation de la nature et à la sauvegarde du patrimoine culturel et historique. Aujourd'hui SONATRACH ne conçoit pas le développement économique sans un développement durable.

2. L'engagement social de SONATRACH

Hormis son rôle d'entreprise économique et commerciale, SONATRACH œuvre autour de ses zones d'implantation à resserrer les liens sociaux, aider les populations dans le besoin, promouvoir la recherche et les activités scientifiques, aider la création artistique, promouvoir la pratique sportive, contribuer à la préservation de la nature et à la sauvegarde du patrimoine culturel et historique. Dans cette optique, SONATRACH contribue à faire entrer l'ensemble de la société algérienne de plain pied dans l'ère de l'information afin de mieux préparer les générations à venir à affronter une économie globalisée. Investir dans cette politique de ressources humaines équivaut à garantir le bon fonctionnement futur de SONATRACH dans le pays. C'est pourquoi, les dons d'ordinateurs et de livres aux écoles ainsi que l'ouverture des cybercafés revêtent une importance sociale pour le groupe énergétique. Le programme d'investissement social de SONATRACH cible les populations des zones défavorisées et les groupes sociaux les plus lésés. La préservation du patrimoine national Algérien prend aussi une place capitale dans ce programme par la mise en valeur des sites architecturaux et archéologiques. La tâche est énorme vu la richesse historique algérienne qui offre des trésors comparables à ses gisements énergétiques. Actuellement, les efforts se concentrent sur les Ksour de Timimoun. La restauration de la ville oasis de la région de Gourara est le meilleur exemple d'une renaissance culturelle générée par l'activité énergétique en Algérie. La promotion du sport remporte la palme de ces activités qui a trouvé dans le soutien aux athlètes algériens la meilleure démonstration internationale. Quant aux programmes de sponsoring et de mécénat menés par SONATRACH, ce sont des actions qui visent différents domaines parmi lesquels la promotion de la création artistique pour encourager les talents et pour valoriser l'artisanat national. Ainsi et pour développer une politique visant à une culture d'entreprise ouverte sur les arts et l'histoire, SONATRACH a créé une galerie d'arts pour faire exposer le patrimoine artistique national mais aussi universel et le faire découvrir à son personnel et au grand public.

3. L'Investissement social vu par la SONATRACH

Soucieuse d'accomplir son devoir de solidarité nationale, SONATRACH Entreprise citoyenne, a adopté une nouvelle politique sociale en vue de renforcer ses relations privilégiées avec la société civile. Cet engagement de SONATRACH se traduit clairement dans son organisation interne par la création d'un Projet Management de l'Investissement Social en novembre 2001. Ce projet est un véritable trait d'union entre SONATRACH et la société civile. Sa mission est d'initier et de veiller à la mise en place d'une stratégie de lutte contre la pauvreté et l'exclusion, s'inscrivant dans le développement durable. Le Projet Management de l'Investissement Social opte pour l'approche participative qui met à contribution les communautés, de la phase de l'identification des besoins jusqu'à la mise en œuvre des projets. Par cette approche, le Projet Management de l'Investissement Social vise à promouvoir l'éveil communautaire et l'esprit participatif en vue de réaliser le bond qualitatif qui substituera la notion d'auto prise en charge à celle d'assistanat.

4. Stratégie d'intervention du projet management de l'investissement social

Pour appréhender le phénomène de pauvreté et d'exclusion sociale des communautés dans le cadre d'une stratégie globale d'intervention du Management de l'Investissement Social, deux objectifs fondamentaux sont à définir :

- L'identification des communautés cibles;
- la mise en œuvre des actions d'investissement social.

La «Carte de la Pauvreté en Algérie» établie par l'Agence Nationale de l'Aménagement du Territoire (ANAT) en collaboration avec le PNUD (Programme des Nations Unies pour le Développement) reste un document privilégié de référence qui permet d'orienter le ciblage des communes pauvres susceptibles d'être retenues dans le programme d'investissement social. La réalisation de projets d'investissement social tient compte de la valorisation des ressources humaines et naturelles existantes.

Pour atteindre ces objectifs, le Management de l'Investissement Social ne conçoit pas l'action d'investissement social sans l'approche participative. Celle-ci repose essentiellement sur la collaboration étroite des communautés bénéficiaires et des élus locaux, tout au long du processus de mise en œuvre des projets, c'est-à-dire :

- L'identification des besoins prioritaires ;
- la maturation et la mise en œuvre des projets ;
- le suivi de l'état d'avancement du projet ;
- la réception du projet ;
- l'évaluation de l'impact social du projet.

Objectifs du Projet

Dans le cadre de la relance économique, la nouvelle démarche de SONATRACH vise trois objectifs essentiels :

- 1) L'amélioration des conditions de vie des populations démunies par la résorption des écarts de développement et la promotion des synergies et de la coopération locale ;
- 2) La contribution active aux programmes visant au développement durable et à la création de richesses, en privilégiant l'investissement dans la création d'emplois ;
- 3) La consolidation, au sein de SONATRACH, d'une culture de solidarité en agissant simultanément sur les situations d'urgence et sur le travail à long terme.

Missions du Projet

Le Projet Management de l'Investissement Social a pour missions de :

- Cibler les communautés démunies et identifier les besoins prioritaires par l'utilisation des techniques de recherche et de collecte d'informations sur le terrain, notamment l'observation sur site, l'entretien avec les communautés cibles (brainstorming, focus Group...) et le questionnaire ;
- Sensibiliser et inciter les communautés, les collectivités locales et les associations à s'engager à participer pleinement au processus de mise en œuvre du projet ;
- Impliquer les communautés dans toutes les étapes du projet de développement ;
- Valoriser les ressources humaines existantes et les potentialités naturelles locales ;
- Concevoir, mettre en œuvre et évaluer les plans d'actions selon la priorité des besoins exprimés par les communautés ;
- Contribuer à l'éveil social des communautés en passant de la notion d'assistanat à la notion d'auto prise en charge ;
- Initier et mettre en œuvre des actions ponctuelles de solidarité.

Axes d'Intervention du projet

Le Projet Management de l'Investissement Social agit dans trois directions :

- A l'intérieur de SONATRACH, en vue d'obtenir l'adhésion de l'ensemble du personnel et sa participation active ;
- En direction des acteurs institutionnels et sociaux, notamment les départements ministériels, les collectivités locales et les associations de la société civile, en mettant à leur disposition le savoir faire de SONATRACH, ses ressources humaines et ses moyens tant financiers que matériels ;
- Vers les partenaires étrangers qui sollicitent, principalement les organisations des Nations Unies, et qui œuvrent dans la même direction que SONATRACH en matière d'investissement social.

Programme d'Actions triennal du projet

Le programme d'actions du Projet Management de l'Investissement Social pour les années 2003-2004 et 2005 a couvert cinq domaines d'intervention sur les neuf définis par le Top Management et classés selon l'ordre de priorité suivant :

1. *La formation professionnelle* des jeunes en général et des jeunes filles victimes de la déperdition scolaire ne disposant d'aucune qualification en particulier et ce à travers la dotation en équipements d'ateliers de couture, de tissage, de broderie et de coiffure.
2. *L'éducation* à travers la lutte contre l'analphabétisme qui sévit en Algérie , et spécialement dans certaines wilayat du Sud, zones d'intervention du Projet Management de l'Investissement Social (MIS), ainsi que la dotation d'équipements pédagogiques, de fournitures scolaires, de ventilateurs, de nattes et de bus scolaires pour les régions isolées du sud d'Algérie.
3. *Le désenclavement* à travers l'électrification rurale, l'aménagement de routes et l'ouverture de pistes carrossables (en 2003, le coût total des investissements du MIS a été de 192,42 Millions de DA. La grande majorité du budget (187,24 Millions de DA) a été attribué aux projets de désenclavement et de mise en valeur agricole.
4. *Le soutien à la mise en valeur agricole* à travers le fonçage et l'équipement de puits ; la réalisation et l'équipement de forages et la réalisation de bassins.

5. *L'hydraulique* (En 2003, le coût total des investissements consacrés aux opérations de traitement des eaux huileuses a été de 4,895 milliards de DA).

6. *La santé* à travers une politique managériale de la santé et de la sécurité qui contribue à offrir aux agents de SONATRACH un cadre de travail qui minimise les accidents, les maladies et les risques professionnels. Ainsi que la réduction des émissions à effet de serre dû au torchage de gaz, la réduction des carburants à effet polluant, l'élimination des polluants organiques.

7. *L'environnement* (Des projets d'envergure ont été réalisés en 2003 afin de réduire l'impact des activités industrielles de SONATRACH et de ses filiales sur l'environnement. L'ensemble de ces projets a totalisé un coût d'investissement de 47,2 millions de Dollars US, répartis comme suit :- Traitement des eaux : 40,4 millions de dollars US.

- Traitement des slops, des bourbiers et autres : 6,8 millions de dollars US).

8. *L'artisanat* (Partenariat du MIS avec le PNUD pour la restauration du Ksar d'Aghlad, dans la commune de Timimoun.).

9. *Le sport et la culture*. la réalisation et l'équipement d'aires de jeux au profit des populations juvéniles des communes ne disposant pas d'espaces récréatifs.

Malgré les efforts fournis par SONATRACH en matière de RSE les résultats restent en deçà des espérances escomptées ; à cause des dégâts matériels et humains causés par ce groupe (a titre d'exemple l'incendie qui s'est produit au mois de novembre 2003, à l'intérieur du four de rebouillage du complexe G2Z d'Arzew) et l'incident grave survenu au mois de janvier 2004 au GL1K, le Complexe de liquéfaction de gaz de Skikda, et qui a fait 27 victimes parmi le personnels présents sur le site), ainsi que les dégâts sur l'environnement et le milieu naturel causés par l'exploitation des ressources pétrolières dans les zones du sud et du nord Algérien (notamment les villes de Hassi Messaoud, Skikda, Arzew...). En effet l'exigence du développement durable est aussi une nécessité collective pour éviter la catastrophe écologique, la pénurie de ressources et la fracture sociale qui handicaperont la croissance de l'Algérie, dans son ensemble.

Conclusion

Pour répondre aux enjeux du développement durable, la responsabilité sociale des entreprises est sollicitée, alors que les firmes internationales ou non, sont à la fois plus puissantes et parfois plus vulnérables que par le passé. Elles sont soumises à une pression concurrentielle croissante et à celle de leurs actionnaires qui les incitent à réduire leurs coûts parfois aux limites de l'écologiquement et du socialement raisonnable. Les dégâts occasionnés par leur activité sont mieux connus et, partant, de plus en plus contestés par les populations, leurs représentants et les pouvoirs publics. La contribution des entreprises telle que la SONATRACH à l'émergence d'un développement plus durable est une nécessité incontournable pour éviter des désastres sociaux et environnementaux qui coûteront à elles, aux Etats et aux citoyens. C'est en ce sens que les entreprises sont « responsables » et cette responsabilité a des traductions juridiques et financières très palpables (en termes d'assurance et de réassurance, des montants d'indemnisation ou, aujourd'hui, de valeur carbone). Ainsi

donc les entreprises sont confrontées à des choix douloureux et des arbitrages parfois cornéliens (Dupuis, Le Bas, 2005). Elles n'ont pas à opérer seules ces choix, mais elles peuvent aujourd'hui moins qu'hier s'y soustraire. Pouvoirs publics, acteurs sociaux et civils, citoyens et consommateurs doivent les y amener par le dialogue ou la contrainte, la négociation ou la mise en cause, le dialogue ou la confrontation. Le développement durable est une exigence collective qui nécessite aussi une co-élaboration. En ce sens, les entreprises sont à la fois partie du problème et partie de la solution (Joly, 2006, p. 113). Enfin, on peut dire que l'entreprise responsable devient un facteur de différenciation qualitative pour les consommateurs et les investisseurs, elle permet d'anticiper les contestations multiples d'une activité et de limiter les risques de réputation, tandis que l'écologiquement et le socialement correct peuvent créer de nouveaux marchés technologiques ou de consommation.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- BALLET J., DE BRY F. (2001), *L'entreprise et l'éthique*, Edition, Seuil, Paris.
- BRUNDTLAND G.H (1987), « Our Common Future » *Rapport de la commission des Nations unies sur l'environnement et le développement*.
- JOLY C. (2006), *L'entreprise Responsable : sociale, éthique, « verte »...et bénéficiaire ?* Editions du Félin Kiron, Paris.
- DE LA BROISSE P., LAMARCHE T. (2006), *Responsabilité sociale : vers une nouvelle communication des entreprises ?* Edition Septentrion, Paris.
- DE WOOT P. (2005), *responsabilité sociale faut-il enchaîner promethée ?* Edition, Economica, Paris.
- DUPUIS J.C, LE BAS C. (2005), *Management responsable : vers un nouveau comportement des entreprises*, Edition, Economica, Paris.
- SMOUTS M.C (2005), *Le développement durable : les termes du débats*, Edition Armand Colin, Paris.
- www.seminar.hec.ulg.ac.be/docs : Jean-Pascal Gond : *Les fondements théoriques de la responsabilité Sociale des Entreprises*.
- www.novethic.fr : étude Novethic sur l'impact du développement durable dans la stratégie des grandes entreprises.
- www.sonatrach-dz.com Revue interne de la SONATRACH (2004)