

Les déterminants de l'adoption de la Responsabilité Sociale des Entreprises



Nicolas POUSSING - CEPS/INSTEAD, Luxembourg

L'objectif de ce papier est de déterminer le profil des entreprises qui mettent en œuvre le concept de Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE). A partir de données collectées par le CEPS/INSTEAD en 2007 auprès d'entreprises employant au moins 10 salariés, une analyse empirique montre que la taille de l'entreprise, son secteur d'activités, son statut juridique, la place qu'elle occupe sur le marché et ses valeurs ont un effet significatif sur l'adoption du concept de RSE¹.

Depuis le début du 19^{ème} siècle, avec la création des fonds éthiques aux Etats-Unis où des congrégations religieuses cherchaient à exclure de leurs investissements l'alcool, le tabac et le jeu, de plus en plus d'entreprises cherchent à adopter une démarche responsable en intégrant dans leur mode de fonctionnement, les dimensions économique, environnementale et sociale, dans le cadre d'une gouvernance élargie à l'ensemble de leurs partenaires.

L'action des entreprises n'est plus uniquement dictée par les actionnaires (shareholders) mais, conformément à la théorie défendue par Freeman (1984), par l'ensemble des parties prenantes (stakeholders). Ce mode de fonctionnement ne concerne donc pas exclusivement les grandes entreprises mais elle peut également être mise en œuvre par des entreprises de taille modeste. De plus, le grand éventail des actions responsables qui peuvent être menées permet à toutes les entreprises, quels que soient

leurs secteurs d'activités, d'être actives dans ce domaine.

Dans ce contexte, cet article va mettre au jour le profil des entreprises qui ont adopté le concept de la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE). Il s'inscrit dans le prolongement des travaux réalisés par le CEPS/INSTEAD en 2008 (Poussing, 2008). Son intérêt réside, entre autres, dans sa démarche empirique, à savoir, la mise en œuvre d'une analyse multivariée (où, rappelons-le, l'influence de la variation d'une caractéristique est examinée à l'exclusion de tout autre facteur) sur des informations récentes (2007) collectées auprès d'un échantillon de plus de 1000 entreprises.

Cet article se compose de trois sections. La première section présente le cadre théorique de notre investigation. La seconde section décrit les données exploitées et les techniques mises en œuvre. La troisième section est consacrée à la présentation des résultats obtenus.

¹ Ce travail a été présenté lors de la troisième édition du Colloque « En route vers Lisbonne » qui s'est déroulé les 4 et 5 décembre 2008 à Luxembourg, dans les locaux du CRP Henri Tudor.

I. Le cadre théorique de la recherche

Cette section va permettre de définir le concept de Responsabilité Sociale des Entreprises dont les contours évoluent au fil du temps (Gond, Maullenbach-Servayre, 2003) puis de présenter les caractéristiques des entreprises qui peuvent avoir un effet sur l'adoption d'une démarche RSE.

1. Le concept de Responsabilité Sociale des Entreprises

Lorsque l'on cherche à conceptualiser la RSE, nous pouvons considérer, comme le fait Carroll (1999), que les travaux de Bowen (1953) sont les premiers à définir la Responsabilité Sociale des Entreprises. La RSE « renvoie à l'obligation pour les hommes d'affaires, de mettre en œuvre les politiques, de prendre les décisions et de suivre les lignes de conduite qui répondent aux objectifs et aux valeurs considérés comme désirables pour notre société » (Bowen, 1953). Selon cette approche, il serait plus juste de parler de Responsabilité Sociétale des Entreprises car le terme 'sociétale' renvoie à la société dans son ensemble, alors que le terme 'social' fait uniquement référence aux salariés des entreprises.

Pour l'entreprise, prendre en compte les conséquences de ses actions sur la société implique que la nature de ses responsabilités augmente. Elle ne doit plus seulement chercher à faire des profits, comme Friedman (1970) le suggère. L'entreprise doit également considérer la gestion des ressources naturelles, la santé et la sécurité de ses collaborateurs, l'effet de ses actions sur la vie locale,...

L'activité d'une entreprise responsable s'inscrit dans trois dimensions : économique, environnementale et sociale (notion de triple bottom

line (Elkington, 1994)). La prise en compte de ces trois dimensions a pour conséquence que les concepts de RSE et de Développement Durable (DD) sont particulièrement liés l'un à l'autre (Fraisie, Guerfel-Henda, 2005). En effet, comme la RSE, le Développement Durable² ne se concentre pas uniquement sur les aspects environnementaux. Lorsque l'on consulte les recommandations de l'Agenda 21 qui fait suite au Sommet de Rio³, on constate que pour permettre un Développement Durable, les pays sont invités à agir aussi bien sur les aspects sociaux que sur les aspects environnementaux et à impliquer les entreprises dans cette démarche.

Si RSE et DD sont intimement liés, il ne faudrait en revanche pas penser que la RSE est une simple version actualisée du paternalisme. Le paternalisme, qui s'est développé au 19^{ème} siècle, avait pour objectifs de préserver le capitalisme face à la montée du socialisme et du syndicalisme et d'améliorer, pour certains patrons, les conditions de vie de leurs salariés (Delalieux, 2005). Le paternalisme permettait aux employeurs de fidéliser leur main-d'œuvre dans une période où celle-ci était rare. Il permettait aussi une forme d'harmonie sociale, sans lutte de classe. Enfin, il permettait de contrôler, de surveiller la main-d'œuvre (Lépineux, 2003). Ce bref descriptif du paternalisme laisse penser que paternalisme et RSE ne sont pas comparables car la définition de la RSE proposée par le Livre vert de la Commission européenne met en avant une gouvernance élargie à l'ensemble des parties prenantes⁴. L'origine des actions menées par les entreprises dans le cadre de la RSE est donc différente de l'origine des actions menées par les entrepri-

ses dans le cadre du paternalisme. Contrairement au système paternaliste, où l'employeur décide de façon unilatérale de ce qui est bon pour ses employés, les actions mises en œuvre dans le cadre de la RSE sont le fruit d'un dialogue entre l'entreprise et les parties prenantes qui la sollicitent.

2. La mise en œuvre de la RSE

Sachant que l'adoption de la RSE relevait dans un premier temps du comportement des grandes entreprises, en particulier des grandes entreprises implantées à l'international, dont les filiales auraient maille à partir avec les principes de l'OIT (Pugnet-Rozan, 2005), il nous semble qu'être une entreprise de grande taille et/ou appartenir à un groupe peut avoir un effet positif sur le fait d'adopter une démarche RSE. Cette hypothèse nous semble d'autant plus pertinente que, comme le souligne Decock Good (2001), les travaux de Raffournier (1997) ou de Ball et Foster (1982) montrent que le niveau d'internationalisation d'une entreprise est une variable qui contribue à sa visibilité politique et sociétale au même titre que sa taille. La première hypothèse testée est donc la suivante :

Hypothèse 1 : Etre une grande entreprise et/ou une entreprise appartenant à un groupe a un effet positif sur le fait de mettre en œuvre le concept de RSE.

Si les dimensions sociales et environnementales sont apparues simultanément et par les mêmes voies, Fraisie et Guerfel-Henda (2005) considèrent que la dimension environnementale est indéniablement celle qui a fait l'objet de plus d'efforts

² Le terme 'durable' ou 'durabilité' est la traduction du terme 'sustainability' utilisé pour la première fois dans le rapport Brundtland (1987). Ce rapport, rédigé par la Commission Mondiale sur l'Environnement et le Développement de l'ONU, précise que le développement à long terme est possible uniquement si on associe le respect de l'environnement et l'équité sociale à la rentabilité économique.

³ Depuis la Conférence des Nations Unies sur l'environnement (CNUE) qui s'est déroulée en 1972 à Stockholm (Suède), un Sommet de la Terre est organisé tous les 10 ans afin de faire le bilan de l'état de la planète. En 1982, il s'est déroulé à Nairobi (Kenya), en 1992 à Rio (Brésil) et en 2002 à Johannesburg (Afrique du Sud). Ces sommets sont l'occasion de faire des recommandations et de prendre des décisions afin de promouvoir un Développement Durable.

⁴ Le Livre vert définit la responsabilité sociale des entreprises comme étant l'intégration volontaire des préoccupations sociales et écologiques des entreprises à leurs activités commerciales et à leurs relations avec leurs parties prenantes. Etre socialement responsable signifie non seulement satisfaire pleinement aux obligations juridiques applicables, mais aussi aller au-delà et investir "davantage" dans le capital humain, l'environnement et les relations avec les parties prenantes.

et a atteint plus de résultats visibles. Pour cette raison, appartenir à un secteur d'activités réputé polluant pourrait avoir un effet positif sur l'adoption de la RSE. Notre seconde hypothèse est donc la suivante :

Hypothèse 2 : Comparativement au secteur du commerce, être une entreprise du secteur de la construction, de l'industrie ou des transports aura un effet positif sur l'adoption de la RSE.

A la lecture des travaux d'Hemingway et MacLagan (2004), il semble également nécessaire de prendre en compte les valeurs des managers dans le processus d'adoption du concept de RSE. Selon ces auteurs, les impératifs commerciaux ne permettent pas d'expliquer l'adoption de la RSE des entreprises du secteur privé. En revanche, l'appropriation et la mise en œuvre de la RSE peuvent être guidées par les valeurs défendues par les managers. Les travaux de Moon (2001) vont également dans ce sens puisqu'ils montrent que l'intérêt du manager pour la RSE induit son adoption par la firme. Sans aller jusqu'à considérer l'effet du profil du manager, comme le fait Wilson (2002), nous pouvons formuler une troisième hypothèse.

Hypothèse 3 : L'adoption de la RSE sera positivement liée au fait que les managers considèrent que l'entreprise doit se soucier des grands enjeux sociaux et environnementaux.

Alors que, comme nous venons de le souligner, les valeurs défendues par le manager peuvent expliquer l'adoption du concept de RSE, Smith (2003) considère que l'adoption de la RSE est le résultat de la combinaison des valeurs défendues par le manager mais également de sa quête du profit. Cet objectif d'ordre économique devrait être atteint car la RSE a un effet positif sur la motivation et le moral des salariés. Elle rend également l'entreprise plus attractive (Castelo Branco, Lima Rodrigues, 2006). En résumé, adopter une démarche RSE permet d'accroître la performance de l'entreprise (Freeman (1984), Ullmann

(1985)). Par rapport aux entreprises qui n'adoptent pas une démarche RSE, les entreprises actives dans ce domaine bénéficieront d'un avantage comparatif. Ce dernier sera particulièrement important pour les entreprises qui exercent leurs activités sur un marché où la concurrence est forte, d'où la formulation d'une quatrième hypothèse :

Hypothèse 4 : Une concurrence importante va inciter les entreprises à adopter une démarche RSE.

Le sens de la causalité entre performance économique et adoption de la RSE n'est pourtant pas si évident. En effet, de nombreux auteurs considèrent que l'adoption de la RSE engendre des coûts qui peuvent rendre l'entreprise moins compétitive (Vance, 1975). Afin de pouvoir se positionner par rapport à cette ambiguïté, nous pouvons faire référence aux travaux de Waddock et Graves (1997) où est étudié le lien entre les performances sociales et les performances financières des entreprises. Ces auteurs montrent que les entreprises qui disposent de ressources financières importantes peuvent davantage investir dans des activités responsables, ce qui va améliorer la performance sociale de l'entreprise. Ces arguments nous amènent à formuler et à tester l'hypothèse suivante :

Hypothèse 5 : Être une entreprise au chiffre d'affaires en croissance a un effet incitatif sur l'adoption d'une démarche RSE.

Les bénéfices d'une démarche RSE peuvent être internes et externes. Les bénéfices internes sont en particulier liés aux ressources humaines de l'entreprise. Une démarche RSE peut par exemple avoir des effets sur la motivation et le moral des salariés, et ainsi affecter leur fidélité et leur loyauté. Les bénéfices externes renvoient à la réputation de l'entreprise. En adoptant une démarche responsable, l'entreprise peut améliorer ses relations avec les consommateurs, les investisseurs, les banques, les fournisseurs. En d'autres termes, l'adoption d'une démarche RSE

permet à l'entreprise de transmettre une image positive aux parties prenantes (Orlitzky *et al.*, 2003). Parmi l'ensemble des parties prenantes qui sont sensibles à la réputation d'une entreprise, les investisseurs sont sans doute les plus importants, après les consommateurs.

Il nous semble que leur présence dans le capital d'une entreprise va inciter celle-ci à adopter une démarche RSE afin de la protéger contre la survenance d'événements qui pourraient nuire à son image, et par voie de conséquence à sa performance financière. En effet, si une entreprise n'adopte pas un comportement responsable, elle s'expose à une crise sociale et/ou environnementale, qui va affecter négativement sa performance financière. A l'inverse, si l'entreprise a un comportement responsable, les investisseurs savent que la valeur de l'entreprise est garantie. Pour cette raison, les entreprises où le capital est réparti entre actionnaires devraient adopter la RSE. Notons que l'existence de l'Investissement Socialement Responsable (ISR), qui consiste à diriger ses fonds vers des entreprises répondant à des critères sociaux et environnementaux, vient renforcer cette hypothèse. Pour Fraisse et Guerfel-Henda (2005), cette forme d'investissement, qui connaît depuis les années 1980 un succès grandissant, constitue potentiellement un outil de promotion de la RSE. Ces arguments permettent de formuler une sixième et dernière hypothèse :

Hypothèse 6 : Être une société anonyme a un effet incitatif sur l'adoption de la RSE.

II. Données exploitées et modèles économétriques mis en oeuvre

1. Les données exploitées

Afin d'analyser la diffusion du concept de RSE, le CEPS/INSTEAD a réalisé en 2007 une enquête, en face-à-face, auprès des entreprises employant 10 salariés et plus.

Le questionnaire permet de connaître les principales caractéristiques économiques de l'entreprise : sa taille, son secteur d'activités, son appartenance à un groupe, son statut juridique, sa place sur le marché, l'intensité de la concurrence, sa notoriété, l'évolution de son chiffre d'affaires. Il permet également de décrire les actions que l'entreprise mène dans les domaines de l'environnement (actions visant à réduire les déchets, actions visant à réduire la consommation d'énergie, label écologique, etc.) et du social (actions en faveur de la diversité, actions de réinsertion, etc.). Enfin, ce questionnaire permet de savoir dans quelle mesure l'entreprise connaît le concept de Responsabilité Sociale des Entreprises et si elle le met en oeuvre.

La base de sondage qui a permis la collecte des données a été construite à partir des fichiers de l'Administration de l'Emploi (ADEM) et de l'Inspection Générale de la Sécurité Sociale du Luxembourg. La population cible correspond à des unités légales de droit privé en activité en mai 2006 et ayant soit recruté du personnel, soit pris des mesures en faveur de l'emploi dans leur entreprise, entre mai 2004 et mai 2006.

L'ensemble des secteurs d'activités est concerné par cette enquête à l'exception : des activités des ménages employant du personnel domestique, des organismes extra-territoriaux, des administrations publiques, des Associations Sans But Lucratif (ASBL) et des établissements légaux dont l'adresse de correspondance se situe en dehors du territoire du Grand-Duché de Luxembourg.

A partir de 6272 unités légales retenues pour couvrir le champ de l'enquête, 1766 unités légales ont été sélectionnées. 1509 unités légales ont participé directement (au niveau de l'unité légale) ou indirectement (par regroupement d'unités légales) à l'enquête. Le nombre de refus est de 173. Enfin, les unités légales déclarées « en faillite » ou « introuvables » sont respectivement de 14 et 70. Après regroupement, les 1509 unités légales répondantes correspondent à 1399 unités d'analyse (ou questionnaires validés).

Afin d'obtenir des résultats représentatifs de la population, la correction de la non réponse totale est opérée en ayant recours à la Méthode Généralisée du Partage des Poids.

2. Les variables expliquées prises en compte dans l'analyse

A l'exception de la France et de l'Angleterre où des textes législatifs sont en vigueur, respectivement la Core Bill et la NRE (loi sur les Nouvelles Régulations Economiques), la Responsabilité Sociale des Entreprises ne fait pas l'objet d'un encadrement légal. Pour cette raison, les initiatives prises par les entreprises sont multiples et revêtent des formes très diverses. Selon Carpon (2003), en matière de

théorie comme de pratiques, la RSE présentait en 2003 « un paysage qui est passé du désert à la jungle en l'espace de quatre ans » (Capron, 2003, p. 122). Il est donc difficile d'identifier les pratiques qui relèvent d'une démarche RSE.

Au Luxembourg, lorsque l'on interroge les entreprises sur leurs activités en faveur de l'environnement ou au niveau social, on constate qu'elles sont nombreuses à mener des actions dans ces deux domaines.

En effet, durant les trois dernières années, 66% des entreprises ont cherché à réduire leurs émissions de déchets ou à diminuer leur consommation d'énergie. Au total, 78% des entreprises ont mené au moins une de ces deux actions en faveur de l'environnement.

Au niveau social, 29% des entreprises ont mené des actions de nature à promouvoir la diversité du personnel, 27% ont choisi leurs fournisseurs sur des critères non économiques, 26% ont participé à des projets de réinsertion professionnelle, enfin 10% ont mis en place un partenariat avec des structures type ONG. Les entreprises qui ont mené au moins une de ces actions représentent 58% de l'ensemble des entreprises (cf. tableau n°1).

T1 Proportion d'entreprises selon le type d'actions menées

Actions menées par les entreprises	Proportion d'entreprises (%)
<i>Environnementales</i>	
Réduction de l'émission de déchets	66
Réduction de la consommation d'énergie	66
Une action environnementale	78
<i>Sociales</i>	
Promotion de la diversité	29
Choix des fournisseurs sur des critères non économiques	27
Aide à la réinsertion	26
Partenariat avec des ONG	10
Une action sociale	58

Si les statistiques que nous venons de présenter montrent que les entreprises sont nombreuses à agir en faveur des grands enjeux sociaux et environnementaux, elles sont moins nombreuses à déclarer connaître et mettre en œuvre le concept de Responsabilité Sociale des Entreprises. Parmi les entreprises ayant au moins 10 salariés, 21% déclarent connaître le concept de Responsabilité Sociale des Entreprises et 10% déclarent le mettre en œuvre.

N'ayant pas suffisamment d'informations pour déterminer avec certitude quelles sont les actions qui relèvent d'une démarche RSE, nous avons choisi de mettre au jour les déterminants de trois types de comportement. Nous allons chercher à identifier les caractéristiques des entreprises qui ont un effet sur l'adoption d'une démarche environnementale (ENVDO) et celles qui ont un effet sur l'adoption d'une démarche au niveau social (SOCDO). Nous analyserons enfin les déterminants de la mise en œuvre du concept de Responsabilité sociale des Entreprises (RSEDO), conditionnellement au fait que les entreprises connaissent ou non ce concept (RSEKNOW).

3. Les modèles économétriques mis en œuvre

Compte tenu de l'absence de continuité entre les modalités que peuvent prendre les variables expliquées (les variables ENVDO, SOCDO et RSEDO sont des variables binaires qui prennent la valeur 1 pour une réponse positive et la valeur 0 pour une réponse négative), les méthodes statistiques traditionnelles doivent être remplacées par des méthodes spécifiques. Il s'agit de modèles dichotomiques simples (modèles logit et probit) qui ont été mis en œuvre dès les années 1920 (Thurstone, 1927), puis appliqués plus récemment sur des données économiques dans les travaux de MacFadden (1974a, 1974b, 1978, 1981).

Un modèle dichotomique est un modèle statistique où la variable expliquée ne peut prendre que deux

modalités (variable binaire). Il s'agit alors généralement d'expliquer la survenue ou non d'un événement.

Au sein d'un échantillon de N individus i (i étant compris entre 1 et N), on observe pour chaque individu, la survenue d'un événement y_i où :

$y_i = 1$ si l'événement s'est réalisé pour l'individu i
 $y_i = 0$ si l'événement ne s'est pas réalisé pour l'individu i

Les modèles dichotomiques admettent pour variable expliquée que la probabilité d'apparition de cet événement est conditionnelle aux variables exogènes. Ainsi, on considère le modèle suivant :

$$p_i = \text{Prob}(y_i = 1 | x_i) = F(x_i \beta)$$

où la fonction $F(\cdot)$ désigne une fonction de répartition, x_i désigne les variables explicatives et β le vecteur des paramètres à estimer.

Si y_i^* est une variable latente (inobservable) qui est fonction des variables explicatives (x_i), du vecteur des paramètres à estimer (noté β) et du terme d'erreur (noté ε_i), la règle de décision probabiliste s'écrit alors :

$$\begin{aligned} \text{Prob}(y_i=1) &= \text{Prob}(y_i^* > 0) \\ &= \text{Prob}(\beta'x_i + \varepsilon_i > 0) \\ &= \text{Prob}(\varepsilon_i > -\beta'x_i) \\ &= 1 - F(-\beta'x_i) = F(\beta'x_i) \end{aligned}$$

Quant à la probabilité pour $\{y_i = 0\}$:

$$\begin{aligned} \text{Prob}(y_i=0) &= \text{Prob}(y_i^* \leq 0) \\ &= \text{Prob}(\beta'x_i + \varepsilon_i \leq 0) \\ &= \text{Prob}(\varepsilon_i \leq -\beta'x_i) \\ &= F(-\beta'x_i) = 1 - F(\beta'x_i) \end{aligned}$$

La fonction de répartition $F(\cdot)$ peut être de deux types : soit une loi logistique (modèle logit), soit une loi normale centrée réduite (modèle probit). Ces fonctions de répartition sont extrêmement proches. Par conséquent, les modèles probit et logit donnent généralement des résultats relativement similaires (Morimune, 1979, Davidson et MacKinnon, 1984).

Dans le cadre d'un modèle Logit, la fonction de répartition $F(\beta'x_i)$ prend la forme suivante :

$$F(\beta'x_i) = \frac{\exp(\beta'x_i)}{1 + \exp(\beta'x_i)} \quad (1)$$

L'estimation des paramètres β du modèle binaire Logit est réalisée par la méthode de maximisation de la log-vraisemblance avec une fonction de log-vraisemblance donnée par :

$$\text{Ln}L = \sum_{i=1}^N [y_i \ln(F(\beta'x_i)) + (1 - y_i) \ln(1 - F(\beta'x_i))]$$

Pour obtenir les paramètres estimés, il faut maximiser la fonction log-vraisemblance avec $F(\beta'x_i)$ telle que définie par l'équation (1). Les conditions de premier ordre ($[\partial \text{Ln}L / \partial \beta] = 0$) sont non linéaires, c'est pourquoi il faut utiliser une solution itérative pour obtenir les paramètres estimés.

Lors de l'analyse des déterminants de l'adoption du concept de Responsabilité Sociale des Entreprises (variable RSEDO), la population d'analyse se limite aux entreprises connaissant ce concept (RSEKNOW = 1). Il est donc possible que nous soyons en présence d'un biais de sélection.

Pour corriger ce biais de sélection, nous avons recours à la procédure d'Heckman (1976, 1979). Elle consiste, dans un premier temps, à estimer la probabilité de connaître le concept de RSE (RSEKNOW), puis à calculer, pour chaque entreprise connaissant le concept, l'inverse du ratio de Mill qui correspond à la fonction de densité normale divisée par la fonction de répartition normale. Dans un deuxième temps, ce ratio est introduit dans le modèle Probit d'adoption de la RSE⁵. Le coefficient estimé ρ , associé à l'inverse du ratio de Mill, mesure alors la corrélation des erreurs entre le modèle relatif à la probabilité de connaître la concept et le modèle qui concerne l'adoption du concept. Lorsque ce coefficient est significativement différent de zéro, on peut conclure à l'existence d'un biais de sélection⁶.

⁵ Voir Van De Ven et Van Praag (1981) pour une présentation détaillée.

⁶ La correction du biais de sélection peut toutefois entraîner des problèmes d'hétéroscédasticité. Pour corriger ce problème, le logiciel STATA utilise la procédure de Huber/White.

III. Les résultats

Le tableau 5 (cf. annexe) présente les paramètres estimés des trois spécifications de l'engagement responsable des entreprises qui retiennent notre attention⁷. Les deux premières colonnes sont relatives aux déterminants de la probabilité, pour une entreprise, d'avoir mené une démarche environnementale et sociale. Les troisième et quatrième colonnes présentent les déterminants de la probabilité de mener une démarche RSE avec, plus précisément, pour la troisième colonne, l'estimation de la probabilité de mener une démarche RSE (seconde étape de l'estimation de la procédure d'Heckman) et, pour la quatrième colonne, l'estimation de la probabilité de connaître le concept de RSE (première étape de la procédure d'Heckman).

Pour chaque modèle, nous précisons la taille de l'échantillon concerné, le log de la vraisemblance et le pourcentage de concordance⁸. Pour les estimations relatives à la procédure d'Heckman, nous précisons également la corrélation des erreurs entre le modèle relatif à la probabilité de connaître le concept de RSE et le modèle qui concerne l'adoption de ce concept (ρ). Nous allons tout d'abord commenter la probabilité d'avoir mené des actions en matières environnementale et sociale.

1. Mener des actions environnementales et/ou sociales

Globalement, nous remarquons que la probabilité pour une entreprise d'avoir mené des actions environnementales et/ou sociales est affectée par la taille, le secteur d'activités et les valeurs de l'entreprise. Un examen plus détaillé des estimations montre que la taille et l'appartenance à tel ou tel secteur d'activités n'ont pas le même effet sur la probabilité de mener des actions en faveur de l'environnement et sur la probabilité de mener des actions au niveau social. Enfin, l'évaluation du chiffre d'affaires affecte les actions sociales

mais il est sans effet sur les aspects environnementaux.

Comparativement au secteur du commerce, être une entreprise du secteur de la finance ou des services a un effet négatif sur la probabilité d'avoir mené des actions en faveur de l'environnement et au niveau social. Appartenir au secteur de l'industrie, comparativement au secteur du commerce, a un effet positif sur la probabilité d'avoir mené des actions en faveur de l'environnement mais est sans effet sur la probabilité d'avoir mené des actions dans la sphère sociale. On remarque également qu'être une entreprise du secteur de la construction ou des transports est lié négativement à la probabilité de mener des actions dans la sphère sociale. Faire partie des autres secteurs d'activités (qui regroupent les secteurs de l'éducation, santé, action sociale, les services collectifs, sociaux et personnels) a un effet négatif sur la probabilité de mener des actions environnementales mais un effet positif sur la probabilité de mener des actions sur le plan social.

La taille des entreprises est liée positivement à la probabilité de mener des actions environnementales ou sociales. Plus précisément, comparativement aux entreprises de 50 à 249 salariés, être une entreprise de 250 salariés et plus a un effet positif sur les probabilités de mener des actions sociales et environnementales ; être une entreprise de plus petite taille (de 10 à 49 salariés) est sans effet sur la probabilité de mener des actions en faveur de l'environnement mais a un effet négatif sur la probabilité de mener des actions dans la sphère sociale.

Comme on pouvait le supposer, lorsque les entreprises considèrent qu'elles doivent se préoccuper des grands enjeux sociaux et environnementaux, cela a un effet positif sur leur probabilité de mener des actions sur le plan environnemental et sur le plan social.

Avoir un chiffre d'affaires en hausse durant les trois dernières années a un effet positif sur la probabilité d'avoir mené des actions dans la sphère sociale mais est sans effet sur la probabilité de mener des actions en faveur de l'environnement.

On remarque enfin que la probabilité de mener des actions en matières environnementale et sociale n'est pas affectée par le statut juridique de l'entreprise, ni par l'appartenance à un groupe. L'intensité de la concurrence et la place de l'entreprise sur son marché n'ont aucun effet non plus.

2. Connaître et adopter le concept de RSE

Comme lors de l'analyse de la probabilité de mener des actions en faveur de l'environnement ou dans la sphère sociale, la taille et le secteur d'activité ont un effet significatif sur la probabilité de connaître et de mettre en œuvre le concept de RSE. Les estimations montrent également que l'appartenance à un groupe, le statut juridique de l'entreprise et la place sur la marché jouent un rôle significatif sur l'adoption de la RSE.

Comparativement aux entreprises de taille moyenne (50 à 249 salariés), être une entreprise de taille plus importante (250 salariés et plus) a un effet significatif positif sur la probabilité de connaître le concept de RSE et de le mettre en œuvre. À l'inverse, être une entreprise de taille plus modeste (de 10 à 49 salariés) a un effet négatif sur la probabilité de connaître ce concept, mais est sans effet sur sa mise en œuvre.

Lorsque l'on examine l'incidence de l'appartenance aux différents secteurs d'activités, nous constatons que les effets diffèrent selon que l'on analyse la probabilité de connaître le concept de RSE ou la probabilité de le mettre en œuvre. Comparativement au fait d'appartenir au secteur du commerce, être une entreprise de la finance ou du secteur des ser-

⁷ Les estimations sont faites à l'aide du logiciel STATA 9.

⁸ Le pourcentage de concordance est obtenu en calculant les valeurs prédites de la variable dépendante pour chaque individu. Lorsque la valeur prédite est inférieure à 0.5, la probabilité est égale à 0 ; lorsqu'elle est supérieure à 0.51, la probabilité est égale à 1. En comparant les valeurs observées aux valeurs prédites, on obtient le pourcentage de bonnes prédictions, appelé pourcentage de concordance.

vices a un effet positif sur la probabilité de connaître le concept de RSE mais est sans effet sur sa mise en œuvre. Cette dernière est en revanche affectée négativement par le fait d'appartenir aux secteurs des transports et de la construction.

Etre une société anonyme, être leader sur son marché et penser que les entreprises doivent se soucier des grands enjeux sociaux et environnementaux a un effet significatif positif à la fois sur la probabilité de connaître le concept de RSE et de le mettre en œuvre.

L'appartenance à un groupe influence uniquement la probabilité de connaître le concept de RSE. L'effet de cette variable est positif.

Conclusion

Depuis les déclarations en 2003, de Monsieur François Biltgen, Ministre du Travail et de l'Emploi, Ministre de la Culture, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, Ministre des Cultes, qui exprimait le souhait de promouvoir la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) au Luxembourg⁹, de nombreuses initiatives ont été prises sur ce thème. Nous pouvons mentionner, par exemple, la création de deux structures cherchant à promouvoir la RSE : l'Institut National pour le Développement Durable et pour la Responsabilité Sociale des Entreprises (INDR), qui a été fondé par les organisations patronales membres de l'Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL), et l'Institut pour le Mouvement Sociétal (IMS Luxembourg), qui est une association d'entreprises. Nous pouvons également évoquer la formation organisée par la Chambre des Employés Privés, intitulée 'Analyse et audit de la Responsabilité Sociale des Entreprises', sanctionnée par un Diplôme Universitaire délivré par l'Université de Toulouse. Nous ne manquerons pas de parler des conférences organisées sur le thème de RSE en décembre 2006, en avril 2007, en mars et en avril 2008. Enfin, un Comité de coordi-

nation en matière de responsabilité sociale des entreprises a été créé par le Conseil de gouvernement qui s'est réuni le 25 juillet 2008 sous la présidence du Premier ministre Jean-Claude Juncker.

Dans ce contexte, si l'objectif est de mettre en œuvre des actions de promotion de la RSE, il paraît nécessaire de connaître le profil des entreprises qui sont ou ne sont pas actives dans ce domaine. Tel est l'objectif de ce travail.

Pour ce faire nous avons exploité une enquête, réalisée en face-à-face par le CEPS/INSTEAD en 2007, auprès des entreprises employant 10 salariés et plus, appartenant à la quasi-totalité des secteurs d'activités. Cette enquête permet de connaître les principales caractéristiques économiques des entreprises, les actions qu'elles mènent dans les domaines de l'environnement et du social. Elle permet également de savoir dans quelle mesure les entreprises connaissent le concept de RSE et si elles le mettent en œuvre.

Les déterminants de quatre comportements responsables ont été mis en évidence à l'aide de modèles dichotomiques simples (modèles logit et probit), le cas échéant, en ayant recours à la procédure d'Heckman (1976, 1979). Les quatre comportements étudiés sont : l'adoption d'une démarche en faveur de l'environnement, l'adoption d'une démarche au niveau social, le fait de connaître le concept de RSE et le fait de le mettre en œuvre.

Conformément à la littérature, nous avons constaté que les entreprises luxembourgeoises ont des comportements différents selon leur taille et leur secteur d'activités. Nous avons également montré que l'intensité de la concurrence n'influence pas la probabilité d'adoption d'un comportement responsable. Un chiffre d'affaires en hausse est sans effet sur la mise en œuvre d'actions en faveur de l'environnement, ni sur l'adoption d'une démarche RSE mais il a un effet incitatif sur la probabilité de mener des actions sur le plan social. Le fait d'être une société leader sur

son marché ou une société anonyme a un effet positif sur la probabilité de connaître le concept de RSE et de le mettre en œuvre. Enfin, les valeurs défendues par l'entreprise ont un effet positif sur les quatre comportements responsables que nous avons étudiés (actions en faveur de l'environnement, actions dans le domaine social, connaître le concept de RSE, le mettre en œuvre).

Ces résultats nous laissent penser que les actions de promotion de la RSE doivent s'adresser principalement aux entreprises de taille modeste et que selon le pilier de la RSE que l'on cherche à dynamiser (social ou environnemental), il est nécessaire de porter son attention sur des secteurs d'activités différents. Enfin, les valeurs défendues par l'entreprise apparaissant comme un des moteurs de ses comportements responsables, des actions de sensibilisation, relatives à la responsabilité et au rôle des entreprises vis-à-vis des enjeux environnementaux et sociaux de notre société, semblent indispensables.

⁹ La Responsabilité Sociale des entreprises', Discours du 03 juillet 2003 à la Chambre des Employés Privés du Luxembourg.

Références

- Ball R., Foster G. (1982), "Corporate Financial Reporting: a Methodological review of Empirical Research", *Journal of Accounting Research*, Supplement, vol. 20, pp. 161-234.
- Bowen H.R. (1953). "Social Responsibilities of the Businessman", New York: Harper & Row.
- Capron M. (2003), « L'inscription de l'enseignement et de la recherche sur la RSE dans le contexte politique français et européen », *revue des Sciences de gestion*, N°205, Premier Congrès de l'ADERSE, pp. 117-124.
- Carroll A.B. (1999), "CSR: Evolution of a Definitional Construct", *Business & Society*, vol. 38, n°3, pp.268-295.
- Castelo Branco M., Lima Rodrigues L. (2006), "Corporate Social Responsibility and Resource-Based Perspectives", *Journal of Business Ethics*, vol. 69, n°2, December, pp. 111-132.
- Commission des Communautés Européennes (2001), « Promouvoir un cadre européen pour la Responsabilité Sociale des Entreprises », Livre vert, COM(2001) 366 final, Bruxelles.
- Davidson R., MacKinnon J.G. (1984), "Convenient Tests for Logit and Probit Models", *Journal of Econometrics*, 25, 241-262.
- Decock Good C. (2001), « Les déterminants de l'implication mécénique des entreprises: un test de la théorie des parties prenantes », 22^{ème} Congrès de l'Association Française de Comptabilité, Université de Metz, 17-18-19 mai.
- Delalieux G. (2005), « L'influence des idéologies dans le développement de la RSE », 23^{ème} Université d'été de l'Audit Social, 1^{er} & 2 septembre 2005, Lille.
- Elkington J. (1994), "Towards the Sustainable Corporation: Win-win-win Business Strategies for Sustainable Development", *California Management Review*, vol. 36, n°2, pp. 90-100.
- Freeman R.E. (1984), *Strategic Management: a Stakeholder Approach*, Marshall, MA/Pitman.
- Friedman M. (1970), "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits", *New York Time Magazine*, 13 septembre, pp. 32-33.
- Fraisse A.-S., Guerfel-Henda S. (2005), « La Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) : instrument de management des ressources humaines ? », 16^{ème} conférence de l'AGRH, Paris-Dauphine, 15 & 16 septembre 2005.
- Gond J.-P., Maullenbach-Servayre A. (2003), « Les fondements théoriques de la responsabilité sociale de l'entreprise », *Revue des Sciences de Gestion*, n°205, pp. 93-116.
- Heckman J. J. (1976), "The Common Structure of Statistical Models of Truncation, Sample Selection and Limited Dependent Variables and a Simple Estimator for Such Models, *Annals of Economic and Social Measurement*, 5, pp. 475-492.
- Heckman J. J. (1979), "Sample Selection Bias as a Specification Error", *Econometrica*, 47, pp. 153-161.
- Hemingway C.A., MacLagan P.W., (2004), "Managers' Personal Values as Drivers of Corporate Social Responsibility" *Journal of Business Ethics*, vol. 50, n°1, pp. 33-44.
- Lépineux F. (2003), « Dans quelle mesure une entreprise peut-elle être responsable à l'égard de la cohésion sociale ? », Thèse de Doctorat de nouveau régime ès Science de Gestion, CNAM, LIPS.
- Morimune K. (1979), "Comparisons of Normal and Logistic Models in the Bivariate Dichotomous Analysis", *Econometrica*, 47, 957-975.
- Moon, J. (2001), "Business Social Responsibility: A Source of Social Capital?", *Reason in Practice*, vol. 1, n°3, pp. 35-45.
- McFadden D. (1974a), "Conditional Logit Analysis of Qualitative Choice Behavior", in P. Zarembka (ed.), *Frontiers of Econometrics*, Academic Press.
- McFadden D. (1974b), "The Measurement of Urban Travel Demand", *Journal of Public Economics*, 3, 303-328.
- McFadden D. (1978), "Modelling the Choice of Residential Location", in A. Karlqvist, L. Lundqvist, F. Snickars and J. Weibull (eds.), *Spatial Interaction Theory and Planning Models*, North-Holland.
- McFadden D. (1981), "Econometric Models for Probabilistic Choice", in C. Manski and D. McFadden (eds.), *Structural Analysis of Discrete Data with Econometric Applications*, Harvard University Press.
- Orlitzky M., Schmidt F.L., Rynes S.L. (2003), "Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis", *Organization Studies*, vol. 24, n°3, pp. 403-441.

Pougnat-Rozan S. (2005), « Entre mirage conceptuel et réalités managériales : quand des exigences de performance économique conduisent à des pratiques de responsabilité sociale... ou vice versa ? », 16^{ème} conférence de l'AGRH, Paris Dauphine, 15 et 16 septembre.

Poussing N. (2008), « Un état des lieux de l'adoption de la Responsabilité Sociale des Entreprises au Luxembourg », CEPS/INSTEAD, Economie & Entreprises, n°10, février.

Raffournier B. (1997), "The Determinants of Voluntary Financial Disclosure by Swiss Listed Companies: a Reply", The European Accounting Review, vol. 3, n°3, pp. 493-496.

Smith N. C. (2003), "Corporate Social Responsibility: Whether or How?", California Management Review", vol. 45, n°4, pp. 52-76.

Thurstone L. (1927), "A Law of Comparative Judgment", Psychological Review, 34, 273-286.

Ullmann A.A. (1985), "Date in Search of a Theory: a Critical Examination of the Relationships Among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of U.S. Firms", Academy of Management Review, Vol. 10, n°3, pp. 540-557.

Vance S.C. (1975), "Are Socially responsible Corporations Good Investments Risks?", Management Review, vol. 64, pp. 18-24.

Van De Van W.P.M., Van Praag B. M. S. (1981), "The demand for deductibles in private health insurance: a Probit model with sample selection", Journal of Econometrics, Vol. 17, pp. 229-252.

Waddock S.A., Graves S.B. (1997), "Corporate Social Performance-Financial Performance link", Strategic management Journal, vol. 18, n°4, pp. 303-319.

Wilson D. (2002), "This Juvenile Posturing is for Punks", *The Guardian* (16th January), 8.

Annexes

Tableau 2. Liste des variables

Variables	Description
RSEKNOW	Connaitre le concept de RSE
RSEDO	Faire de la RSE
SOCDO	Mener des actions au niveau social
ENVDO	Mener des actions au niveau environnemental
SIZE1049	Etre une entreprise de 10 à 49 salariés
SIZE50249	Etre une entreprise de 50 à 249 salariés
SIZE250	Etre une entreprise de plus de 249 salariés
INDUS	Appartenir au secteur industriel
CONST	Appartenir au secteur de la construction
BUSINESS	Appartenir au secteur du commerce
TRANSP	Appartenir au secteur des transports
FINANCE	Appartenir au secteur de la finance
SERVICE	Appartenir au secteur des services
OTHER	Appartenir à un autre secteur
GROUPE	Faire partie d'un groupe
CONCMAX	Etre confronté à une concurrence importante
LEADER	Etre leader sur son marché
CHALLENGER	Etre challenger sur son marché
FOLLOW	Etre suiveur sur son marché
VALUE	Considérer que l'entreprise doit se soucier des grands enjeux sociaux et environnementaux
SA	Etre une société anonyme
CHIDADIM	Avoir un chiffre d'affaires qui a diminué durant les trois dernières années
CHIDA	Avoir un chiffre d'affaires stable durant les trois dernières années
CHIDAOK	Avoir un chiffre d'affaires qui a augmenté durant les trois dernières années

Tableau 3. Statistiques descriptives des variables utilisées dans les modèles économétriques

Variables	Ensemble de la population		Entreprises faisant de la RSE	
	Effectif	Moyenne (écart type)	Effectif	Moyenne (écart type)
RSEKDO	1112	0.1038550 (0.5394844)	171	1
RSEKNOW	1112	0.2097830 (0.7200031)	171	1
SOCDO	1112	0.5848693 (0.8713605)	171	0.7894737 (0.4088798)
ENVDO	1112	0.7799049 (0.7326593)	171	0.8479532 (0.3601208)
SIZE1049	1112	0.7602040 (0.7550263)	171	0.2456140 (0.4317148)
SIZE50249	1112	0.1943173 (0.6997031)	171	0.4327485 (0.4969117)
SIZE250	1112	0.0454787 (0.3684452)	171	0.3216374 (0.4684765)
INDUS	1112	0.0726985 (0.4591443)	171	0.1695906 (0.3763749)
CONST	1112	0.2202804 (0.7328806)	171	0.0818713 (0.2749738)
BUSINESS	1112	0.3197292 (0.8247230)	171	0.1871345 (0.3911649)
TRANSP	1112	0.1018506 (0.5348502)	171	0.0584795 (0.2353371)
FINANCE	1112	0.0843199 (0.4913748)	171	0.1812865 (0.3863869)
SERVICE	1112	0.1364384 (0.6070033)	171	0.2280702 (0.4208204)
OTHER	1112	0.0646829 (0.4349610)	171	0.0935673 (0.2920810)
GROUPE	1112	0.3255451 (0.8286251)	171	0.5847953 (0.4942045)
CONCMAX	1112	0.4721223 (0.4994469)	171	0.4853801 (0.5012540)
LEADER	1112	0.3450514 (0.8406622)	171	0.7192982 (0.4506617)
CHALLENGER	1112	0.3441609 (0.8401473)	171	0.1812865 (0.3863869)
FOLLOW	1112	0.3107877 (0.8184355)	171	0.0994152 (0.3000975)
VALUE	1112	0.8977734 (0.5357243)	171	0.9824561 (0.1316718)
SA	1112	0.4824119 (0.8836437)	171	0.6374269 (0.4821549)
CHIDADIM	1112	0.0766862 (0.4705539)	171	0.0350877 (0.1845419)
CHIDA	1112	0.4022946 (0.8671450)	171	0.2982456 (0.4588315)
CHIDAOK	1112	0.5210191 (0.8834093)	171	0.6666667 (0.4727890)

Tableau 4. Matrice des coefficients de corrélation des variables introduites dans les modèles économétriques

Pearson Correlation Coefficients, N=1112									
Prob > r under H0: Rho=0									
	SIZE1049	SIZE50249	SIZE250	INDUS	CONST	BUSINESS	TRANSP	FINANCE	SERVICE
SIZE1049	1								
SIZE50249	-0.77429 <0.0001	1							
SIZE250	-0.31653 <0.0001	-0.35521 <0.0001	1						
INDUS	-0.13696 < 0.0001	0.06477 0.0308	0.10522 0.0004	1					
CONST	0.11816 <0.0001	-0.04857 0.1055	-0.10174 0.0007	-0.18591 <0.001	1				
BUSINESS	0.21864 <0.0001	-0.12237 <0.001	-0.13953 <0.0001	-0.21087 <0.0001	-0.28133 0.0001	1			
TRANSP	-0.10363 0.0005	0.10181 0.0007	0.00047 0.9875	-0.12368 <.0001	-0.16501 <.0001	-0.18717 <.0001	1		
FINANCE	-0.14173 <0.0001	0.04468 0.1365	0.14238 <0.0001	-0.12800 0.0001	-0.17078 <0.0001	-0.19371 <0.0001	-0.11362 <0.0001	1	
SERVICE	-0.04049 0.1773	0.01043 0.7282	0.04417 0.1411	-0.16077 <0.0001	-0.21450 <0.0001	-0.24330 <0.0001	-0.14270 <0.0001	-0.14769 <0.0001	1
OTHER	-0.02550 0.3956	0.01005 0.7378	0.02260 0.4515	-0.10739 0.0003	-0.14328 <0.0001	-0.16251 <0.0001	-0.09532 <0.0001	-0.09865 <0.0001	-0.12391 <0.0001
GROUPE	-0.31401 <0.0001	0.14278 <0.0001	0.24982 <0.0001	0.13109 <0.0001	-0.24863 <0.0001	-0.09325 0.0019	0.04345 0.1476	0.30549 <0.0001	0.03505 0.2428
LEADER	-0.26226 <0.0001	0.07897 0.0084	0.26903 <0.0001	0.12602 <0.0001	-0.18983 <0.0001	0.02155 0.4729	-0.04385 0.1439	0.09149 0.0023	0.00751 0.8025
VALUE	-0.14665 <0.0001	0.09174 0.0022	0.07911 0.0083	0.01442 0.6310	-0.13661 <0.0001	0.00444 0.8824	0.00463 0.8775	0.06556 0.0288	0.04006 0.1819
SA	-0.19898 <0.0001	0.12675 <0.0001	0.10393 0.0005	0.11423 <0.0001	-0.15367 0.0001	-0.11705 <0.0001	0.06160 0.0400	0.26747 <0.0001	0.05044 0.0927
CHIDAOK	-0.15096 <0.0001	0.05913 0.0487	0.13435 <0.0001	0.01364 0.6495	-0.16388 <0.0001	-0.06519 0.0297	0.04432 0.1397	0.20895 <0.0001	0.09397 0.0017
CHIDA	0.13281 0.0001	-0.05967 0.0466	-0.10673 0.0004	-0.02951 0.3255	0.16936 <0.0001	-0.00545 0.8560	-0.02361 0.4315	-0.19092 <0.0001	-0.06133 0.0409
CHIDADIM	0.04330 0.1491	-0.00239 0.9365	-0.06037 0.0441	0.02942 0.3269	-0.00093 0.9752	0.13827 <0.0001	-0.04199 0.1617	-0.04642 0.1219	-0.06761 0.0242

Pearson Correlation Coefficients, N=1112								
Prob > r under H0: Rho=0								
	OTHER	GROUPE	LEADER	VALUE	SA	CHIDAOK	CHIDA	CHIDADIM
OTHER	1							
GROUPE	-0.08747 0.0035	1						
LEADER	0.02833 0.3453	0.25930 <0.0001	1					
VALUE	0.04455 0.1376	0.10125 0.0007	0.12115 <0.0001	1				
SA	-0.16848 <0.0001	0.36118 <0.0001	0.16537 <0.0001	0.06011 0.0451	1			
CHIDAOK	-0.08520 0.0045	0.21123 <0.0001	0.12532 <0.0001	0.11255 0.0002	0.17352 <0.0001	1		
CHIDA	0.12167 <0.0001	-0.18708 <0.0001	-0.10765 0.0003	-0.08645 0.0039	-0.14049 <0.0001	-0.86659 <0.0001	1	
CHIDADIM	-0.06451 0.0315	-0.05821 0.0523	-0.04092 0.1727	-0.05621 0.0610	-0.07296 0.0150	-0.31193 <0.0001	-0.20380 <0.0001	1

Tableau 5. Les déterminants de différents comportements responsables

	Model probit Coefficient (écart type)		Model probit avec correction d'Heckman Coefficient (écart type)	
	ENVDO	SOCDO	RSEDO	RSEKNOW (équation de sélection)
SIZE1049	-0.1587 (0.1031)	-0.2306446*** (0.090998)	-0.0741449 (0.1180721)	-0.3444799*** (0.0974203)
SIZE50249	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.
SIZE250	0.3637** (0.1636)	0.3425006*** (0.1411802)	0.5966057*** (0.1346555)	0.5683653*** (0.1267402)
INDUS	0.3707* (0.2133)	-0.0297557 (0.1472471)	0.0166704 (0.1714365)	0.1033263 (0.1481684)
CONST	-0.0703 (0.1483)	-0.2336161** (0.1218462)	-0.3950411*** (0.1742285)	-0.1342634 (0.1369174)
BUSINESS	Réf.	Réf.	Réf.	Réf.
TRANSP	-0.2108 (0.1837)	-0.3539125*** (0.1521085)	-0.4623334** (0.2111709)	-0.1739436 (0.1664059)
FINANCE	-0.8442*** (0.1756)	-0.2549807* (0.1604797)	0.1563418 (0.1755826)	0.2992282** (0.1539358)
SERVICE	-0.8833*** (0.1448)	-0.2462742** (0.1311782)	0.207287 (0.1534887)	0.3761027*** (0.1326875)
OTHER	-0.6119*** (0.1866)	0.4140782** (0.18919)	0.1161914 (0.2025129)	0.2189743 (0.172209)
GROUPE	0.0662 (0.1125)	0.126787 (0.0974259)	0.099641 (0.1119977)	0.1761982** (0.0944756)
SA	-0.0048 (0.1038)	-0.1259459 (0.0889797)	0.1930824** (0.0912747)	0.1833478* (0.1084034)
CONCMAX	-0.0300 (0.0966)	-0.0192865 (0.0832479)	-0.0913167 (0.0823357)	/
LEADER	0.0575 (0.099)	0.0960681 (0.0868163)	0.4736551*** (0.1070488)	0.1833478* (0.1084034)
CHALLENGER	/	/	/	-0.1274958 (0.1018642)
SUIVEUR	/	/	/	Réf.
CHIDAOK	-0.0708 (0.1035)	0.1480347* (0.0888278)	-0.128328 (0.0848649)	/
CHIDA	Réf.	Réf.	Réf.	/
CHIDADIM	-0.0509 (0.1994)	0.0348745 (0.1641488)	0.0199239 (0.2020265)	/
VALUE	0.2838* (0.1643)	0.3014189** (0.1475884)	0.5142524*** (0.2827474)	0.4385365*** (0.1945022)
CONSTANTE	0.9877*** (0.2205)	0.0234 (0.1060)	-1.844409*** (0.3132612)	-1.121903*** (0.2273174)
Taille de l'échantillon	1112	1112	1112	
Log-likelihood	-495.0569136	-2237.136092	-813.8025	
Rho (Pr>chi2)	/	/	0.9999803**	
% de concordance	80.8	66,9	61.9	

*** significatif au seuil de 1% ; ** significatif au seuil de 5% ; * significatif au seuil de 10%

CEPS/INSTEAD

B.P. 48

L-4501 Differdange

Tél. : 58 58 55-513

e-mail : isabelle.bouvy@ceps.lu

http:// www.ceps.lu

ISSN 1813-5129