

La digitalisation au service de la RSE nouveaux outils et pratiques

Digitalization in Service of CSR : New Tools and Practices

Khadija AAMARA, (Docteure)

*Docteure en sciences économiques et de gestion
Laboratoire Economie Sociale et Solidaire et Développement Local
Faculté des Sciences Juridiques Economiques et Sociales
Université Mohammed Premier d'Oujda, Maroc*

Sara MOUHSINE, (Docteure)

*Docteure en sciences économiques et de gestion
Laboratoire Economie Sociale et Solidaire et Développement Local
Faculté des Sciences Juridiques Economiques et Sociales
Université Mohammed Premier d'Oujda, Maroc*

Adresse de correspondance :	Faculté des Sciences Juridiques Economiques et Sociales Complexe universitaire - Hay Al Qods B.P : 724 - 60000 Email : facdroit@droit.univ-oujda.ac.ma Tel : 05-36-50-05-97 / 05-36-50-05-98 fax : 05-36-50-06-00
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude et ils sont responsables de tout plagiat dans cet article.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	AAMARA, K., & MOUHSINE, S. (2025). La digitalisation au service de la RSE nouveaux outils et pratiques. <i>International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics</i> , 6(1), 406-418. https://doi.org/10.5281/zenodo.14634492
Licence	Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND

Received: September 09, 2024

Accepted: January 07, 2025

International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics - IJAFAME

ISSN: 2658-8455

Volume 6, Issue 01 (2025)

La digitalisation au service de la RSE nouveaux outils et pratiques

Résumé :

La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) est devenue un pilier essentiel dans les stratégies d'entreprise modernes, favorisant des pratiques durables et éthiques. Avec l'émergence des technologies digitales, les entreprises disposent d'outils innovants pour renforcer leurs initiatives RSE et maximiser leur impact social et environnemental. Cet article analyse, sur un échantillon de 50 entreprises de la région de l'Oriental, comment la digitalisation peut améliorer l'efficacité des initiatives RSE, favoriser une meilleure communication et transparence avec les parties prenantes, et renforcer l'impact environnemental positif des entreprises. La méthodologie adoptée combine des techniques statistiques descriptives et une analyse de corrélation pour évaluer l'association entre les outils digitaux et les performances RSE. Cette recherche vise à identifier les meilleures pratiques et à fournir des recommandations aux entreprises souhaitant intégrer des solutions digitales dans leur démarche RSE.

Mots clés : Responsabilité Sociétale des Entreprises, digitalisation, impact environnemental, transparence, technologies digitales.

JEL Classification : M14

Type du papier : Recherche empirique

Abstract :

Corporate Social Responsibility (CSR) has become an essential pillar of modern business strategies, strongly promoting sustainable and ethical practices. With the rise of digital technologies, companies have access to innovative tools to enhance their CSR initiatives and maximize their social and environmental impact. This article analyzes, based on a sample of 50 companies from the Oriental region, how digitalization can improve the efficiency of CSR initiatives, foster better communication and transparency with stakeholders, and strengthen companies' positive environmental impact. The adopted methodology combines descriptive statistical techniques and correlation analysis to evaluate the relationship between digital tools and CSR performance. This research aims to identify best practices and provide recommendations for companies wishing to integrate digital solutions into their CSR approach.

Keywords : Corporate Social Responsibility, digitalization, environmental impact, transparency, digital technologies.

Classification JEL : M14

Paper type : Empirical Research

1. Introduction

Au cours des dernières décennies, la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) s'est imposée comme un pilier fondamental des stratégies d'entreprise. Face à la montée des préoccupations sociales et environnementales, les entreprises sont de plus en plus poussées à intégrer des pratiques durables et éthiques dans leurs opérations quotidiennes (Eccles, Ioannou, & Serafeim, 2014; Crifo & Forget, 2015). Ce phénomène, initialement centré sur des actions philanthropiques, a évolué vers une approche stratégique où les entreprises cherchent non seulement à répondre aux attentes sociétales, mais également à tirer un avantage compétitif des pratiques RSE (Carroll, 2015). La montée des préoccupations autour des changements climatiques, de l'inégalité sociale et de la durabilité des ressources naturelles a accentué la pression pour adopter des modèles de développement plus responsables, impliquant désormais les entreprises dans une responsabilité élargée (Porter, Hills, & Pfitzer, 2017).

Dans ce contexte, la digitalisation, ou l'intégration des technologies digitales dans les processus d'entreprise, émerge comme un catalyseur potentiel pour renforcer les initiatives RSE. En effet, la convergence de la RSE et de la digitalisation ouvre de nouvelles opportunités pour les entreprises souhaitant maximiser leur impact positif tout en optimisant leur efficacité opérationnelle (George, Merrill, & Schillebeeckx, 2020). Par exemple, les technologies digitales facilitent la collecte et l'analyse des données RSE, permettant de mesurer et de suivre en continu les progrès réalisés. Cette capacité à quantifier et démontrer l'impact des initiatives RSE est devenue cruciale pour les entreprises cherchant à se différencier par des engagements environnementaux et sociaux solides (Chandler & Werther, 2014).

Les technologies digitales, allant des plateformes de gestion des données aux solutions d'intelligence artificielle (IA), transforment la manière dont les entreprises interagissent avec leurs parties prenantes et gèrent leurs initiatives RSE. Par exemple, l'usage de l'Internet des objets (IoT) dans les chaînes d'approvisionnement permet de surveiller en temps réel l'empreinte carbone de chaque étape de production, tandis que les solutions de big data aident à identifier des pratiques de consommation énergétique plus durables (Bonilla et al., 2018; Sestino et al., 2020). Ces technologies offrent également la possibilité d'automatiser et d'optimiser les processus RSE, permettant ainsi aux entreprises de mieux surveiller et mesurer leurs performances sociales et environnementales (Jones et al., 2016). En outre, la digitalisation favorise une transparence accrue, essentielle pour gagner et maintenir la confiance des parties prenantes, en rendant les informations sur les performances RSE plus accessibles et compréhensibles (Lamberton, 2005; Villeneuve & Pasquier, 2018). Les applications mobiles, par exemple, permettent aux clients de consulter en temps réel les politiques RSE des entreprises et d'interagir avec elles pour exprimer leurs attentes ou préoccupations.

Cependant, malgré ces avantages potentiels, une question clé persiste quant à la capacité des technologies digitales à transformer et renforcer les initiatives RSE des entreprises. L'objectif de cette recherche est donc d'explorer dans quelle mesure l'intégration des technologies digitales permet d'améliorer l'efficacité opérationnelle des initiatives RSE en termes de réduction des coûts et d'optimisation des ressources. Ce travail examine également comment la digitalisation des pratiques RSE contribue à une communication plus fluide et transparente avec les parties prenantes, tant internes qu'externes, en facilitant un dialogue continu et une diffusion plus accessible des informations. Par ailleurs, l'étude s'intéresse à l'impact potentiel des technologies digitales, telles que l'IoT et l'analyse de données massives, pour renforcer l'impact environnemental positif des entreprises, notamment à travers une gestion plus efficace des ressources naturelles (Bonilla et al., 2018; Sestino et al., 2020).

Cet article se propose de répondre à ces questions en mobilisant un échantillon de 50 entreprises de la région de l'Oriental, analysé à l'aide d'une méthodologie mixte combinant une revue de la littérature et des analyses empiriques basées sur des études de cas et des enquêtes. Ainsi, cette

recherche vise non seulement à tester les hypothèses formulées, mais aussi à fournir des recommandations concrètes aux entreprises souhaitant tirer parti des technologies digitales pour renforcer leurs pratiques RSE. Ce travail contribue tant à la littérature académique qu'à la pratique managériale en offrant une réflexion approfondie sur le rôle de la digitalisation dans l'évolution des pratiques RSE.

2. Cadres théoriques pour l'analyse de la digitalisation de la RSE

L'analyse de l'intégration des technologies digitales dans les initiatives de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) peut être enrichie par l'application de cadres théoriques qui permettent de structurer et de comprendre les dynamiques sous-jacentes. Deux théories particulièrement pertinentes dans ce contexte sont la théorie des parties prenantes et la théorie institutionnelle.

2.1 La théorie des parties prenantes

La théorie des parties prenantes, proposée par Freeman (1984), postule que les entreprises ne sont pas seulement responsables devant leurs actionnaires, mais doivent également prendre en compte les intérêts de toutes les parties prenantes qui peuvent être affectées par leurs actions (Freeman, 1984). Cela inclut les employés, les clients, les fournisseurs, les communautés locales, les gouvernements, et même l'environnement en tant qu'entité non humaine.

Dans le contexte de la digitalisation de la RSE, la théorie des parties prenantes offre un cadre pour analyser comment les entreprises peuvent utiliser les technologies digitales pour mieux répondre aux attentes et aux besoins des parties prenantes. Par exemple, les plateformes de reporting interactives et les outils de communication digitale permettent une plus grande transparence, renforçant ainsi la confiance et l'engagement des parties prenantes (Jones, Harrison, & Felps, 2018). La capacité des entreprises à utiliser les technologies digitales pour identifier et répondre rapidement aux préoccupations des parties prenantes devient un atout stratégique dans la gestion de la RSE.

2.2 La théorie institutionnelle

La théorie institutionnelle, développée par DiMaggio et Powell (1983), examine comment les entreprises sont influencées par les structures et les normes sociales, culturelles et réglementaires de leur environnement. Selon cette théorie, les entreprises adoptent des pratiques non seulement pour des raisons d'efficacité, mais aussi pour obtenir une légitimité sociale, en se conformant aux attentes institutionnelles.

Dans le cadre de la digitalisation de la RSE, la théorie institutionnelle aide à comprendre pourquoi et comment les entreprises adoptent des technologies digitales en réponse aux pressions institutionnelles. Par exemple, l'adoption de systèmes de gestion environnementale basés sur l'IoT ou le Big Data peut être vue non seulement comme une initiative visant à améliorer l'efficacité, mais aussi comme une réponse aux exigences croissantes des régulateurs, des ONG, et du public pour une plus grande transparence et responsabilité (Hoffman, 1999). Les entreprises peuvent ainsi se conformer aux normes et attentes sociales tout en renforçant leur légitimité institutionnelle.

2.3 Synthèse des cadres théoriques

En combinant la théorie des parties prenantes et la théorie institutionnelle, il est possible de développer une compréhension plus complète de la manière dont la digitalisation transforme les pratiques de RSE. La théorie des parties prenantes souligne l'importance de répondre aux besoins des différents acteurs concernés par les activités de l'entreprise, tandis que la théorie institutionnelle met en lumière les motivations sous-jacentes à l'adoption de pratiques conformes aux normes sociétales et réglementaires.

Ces cadres théoriques fournissent une base solide pour analyser les motivations et les impacts de la digitalisation dans le domaine de la RSE, en mettant en lumière les dynamiques complexes qui façonnent les décisions et les comportements des entreprises. Ils permettent également de comprendre comment les technologies digitales peuvent être utilisées non seulement pour améliorer la performance économique, mais aussi pour renforcer la responsabilité sociale et la légitimité institutionnelle des entreprises.

3. Approches traditionnelles et digitales de la RSE

L'évolution des pratiques de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) reflète une transition progressive des méthodes traditionnelles vers des approches de plus en plus digitalisées. Cette transformation, bien que progressive, a des implications profondes sur la manière dont les entreprises gèrent, rapportent et communiquent leurs initiatives de RSE. Comprendre cette dynamique est essentiel pour saisir les enjeux et les opportunités que la digitalisation apporte à la RSE.

3.1 Méthodes traditionnelles de gestion de la RSE

Historiquement, les entreprises ont utilisé des rapports de RSE imprimés pour documenter et communiquer leurs actions et résultats en matière de responsabilité sociale et environnementale. Ces rapports étaient souvent publiés sur une base annuelle ou semestrielle, ce qui signifiait que les informations présentées étaient déjà datées au moment de leur diffusion (Eccles, Ioannou, & Serafeim, 2012). Cette approche a permis aux entreprises de structurer leurs efforts RSE dans un cadre bien défini, mais elle présente des limites en termes de réactivité et d'actualisation des données.

Les processus internes de gestion de la RSE dans un cadre traditionnel reposaient largement sur des méthodes manuelles pour la collecte, l'analyse et le suivi des données. Par exemple, la gestion de l'impact environnemental pouvait dépendre de la compilation manuelle de données provenant de divers départements, ce qui rendait le processus non seulement lent, mais aussi susceptible aux erreurs humaines (Pedersen, Neergaard, Pedersen, & Gwozdz, 2013). Ce mode opératoire limitait la capacité des entreprises à adapter rapidement leurs stratégies RSE en réponse à des changements contextuels ou réglementaires.

3.2 Transition vers des approches digitales

La digitalisation a introduit la possibilité de générer et de partager des rapports RSE en temps réel à travers des plateformes interactives en ligne. Contrairement aux rapports imprimés, ces plateformes permettent une actualisation continue des données, offrant ainsi aux parties prenantes un accès immédiat et transparent aux performances RSE de l'entreprise (Eccles et al., 2012). Ce passage à un reporting digitalisé permet également une personnalisation des informations selon les besoins spécifiques des utilisateurs, ce qui renforce l'engagement des parties prenantes.

Les technologies digitales permettent d'automatiser de nombreux aspects de la gestion RSE, rendant les processus plus efficaces et moins sujets aux erreurs. Par exemple, l'utilisation d'outils de collecte de données automatisés comme les capteurs IoT pour surveiller les émissions de gaz à effet de serre permet de centraliser et d'analyser les données environnementales en temps réel. Cette automatisation permet non seulement de gagner du temps, mais aussi de mieux suivre les progrès et de prendre des décisions basées sur des données précises (Lobschat et al., 2021).

Avec les technologies digitales, la transparence devient un élément clé des initiatives RSE. Les parties prenantes peuvent accéder à des informations détaillées sur les pratiques RSE via des tableaux de bord en ligne et des rapports interactifs, ce qui renforce la responsabilité des

entreprises. Cette accessibilité accrue aux données RSE permet aux parties prenantes de suivre de près les engagements pris par les entreprises et de demander des comptes en cas de déviations (Pedersen et al., 2021).

3.3 Implications de la transition digitale

Le passage des méthodes traditionnelles aux approches digitales de la RSE a des implications significatives pour les entreprises. D'une part, il offre une opportunité d'améliorer l'efficacité et la précision des efforts RSE grâce à l'automatisation et à la gestion en temps réel. D'autre part, il nécessite un investissement initial important et une adaptation organisationnelle pour tirer pleinement parti des avantages des nouvelles technologies. Les entreprises doivent donc évaluer attentivement leurs capacités technologiques et organisationnelles pour réussir cette transition (Boulouta & Pitelis, 2014).

En résumé, la digitalisation offre un cadre beaucoup plus dynamique et flexible pour la gestion de la RSE, en comparaison avec les approches traditionnelles qui, bien que structurées, manquent de réactivité et d'efficacité. Cette transition vers le numérique ne se fait cependant pas sans défis, nécessitant une réévaluation des compétences et des processus internes pour assurer une adoption réussie.

Tableau n°01 : Comparaison des approches traditionnelles et digitales de la gestion de la RSE

Critères	Approches traditionnelles de la RSE	Approches digitales de la RSE
Mode de Reporting	Rapports imprimés, publiés annuellement ou semestriellement.	Reporting en temps réel via des plateformes interactives en ligne.
Actualisation des Données	Informations souvent datées au moment de la diffusion.	Actualisation continue des données, accès immédiat aux informations récentes.
Processus de Collecte des Données	Collecte manuelle, centralisation lente des informations.	Automatisation de la collecte des données via IoT et autres technologies.
Précision et Fiabilité	Sujets aux erreurs humaines, variabilité dans la qualité des données.	Données plus précises et fiables grâce à l'automatisation et à l'analyse en temps réel.
Efficacité Opérationnelle	Processus souvent lents, nécessitant beaucoup de main-d'œuvre.	Processus plus rapides et efficaces grâce à l'automatisation.
Transparence et Accessibilité	Accès limité aux rapports, peu de personnalisation des informations.	Accès instantané et personnalisé via des tableaux de bord en ligne.
Engagement des Parties Prenantes	Interaction limitée, souvent unidirectionnelle via des rapports périodiques.	Interaction plus dynamique, bidirectionnelle grâce aux plateformes digitales.
Coût d'Implémentation	Moins coûteux à court terme, mais inefficace à long terme.	Coût initial plus élevé, mais potentiellement plus rentable à long terme.
Flexibilité et Adaptabilité	Moins flexible, difficile à ajuster en temps réel.	Très flexible, il permet des ajustements rapides en fonction des nouvelles données.
Responsabilité et Réactivité	Moins réactif aux changements et aux attentes des parties prenantes.	Hautement réactif, améliore la responsabilité grâce à la transparence accrue.

Source : Nous-mêmes

Ce tableau synthétise les différences entre les deux approches, en soulignant comment la digitalisation offre des avantages significatifs par rapport aux méthodes traditionnelles, bien que chaque approche ait ses propres avantages et inconvénients.

4. Revue de littérature

La RSE est un concept en constante évolution, reflétant les attentes croissantes de la société

envers les entreprises en matière de responsabilité sociale, environnementale et éthique. Depuis les premières conceptualisations, la RSE a été définie comme l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales dans leurs opérations commerciales et leurs interactions avec les parties prenantes (Carroll, 1999). Au fil du temps, les entreprises ont été appelées à jouer un rôle plus actif dans le développement durable, non seulement pour répondre aux attentes des parties prenantes, mais aussi pour contribuer à long terme à la stabilité économique et sociale (Dahlsrud, 2008).

Dans ce contexte, de nombreuses études montrent que l'intégration de la RSE dans la stratégie d'entreprise conduit à des gains d'efficacité et à une amélioration des performances économiques, sociales et environnementales (Eccles et al., 2014). Ces impacts positifs renforcent l'argument selon lequel les pratiques RSE optimisent la gestion des ressources, réduisent les coûts opérationnels et améliorent la performance organisationnelle (Chandler & Werther, 2014). **Ainsi, l'hypothèse H1 postule que l'utilisation des technologies digitales améliore l'efficacité des initiatives RSE des entreprises**, dans la mesure où elle renforce les capacités opérationnelles alignées sur des objectifs durables.

Par ailleurs, la révolution numérique a profondément transformé la manière dont les entreprises opèrent et interagissent avec leur environnement. Les technologies digitales, telles que le Big Data, l'Internet des Objets (IoT) et l'intelligence artificielle (IA), permettent une collecte et une analyse des données à une échelle sans précédent, offrant ainsi de nouvelles opportunités pour optimiser les processus d'affaires (Brynjolfsson & McAfee, 2014). Ces technologies ne se contentent pas de changer la façon dont les entreprises fonctionnent; elles redéfinissent également les attentes en matière de transparence, de responsabilité et de durabilité (George et al., 2016).

L'intégration des technologies digitales a également été associée à une communication plus transparente et à une meilleure gestion des relations avec les parties prenantes, ce qui contribue à bâtir une réputation d'entreprise responsable et à renforcer la confiance (Harrison et al., 2019). Les plateformes numériques permettent de rendre les informations plus accessibles, permettant ainsi une interaction plus directe et transparente avec les consommateurs, les investisseurs et les autres parties prenantes (Lobschat et al., 2021). **En conséquence, l'hypothèse H2 énonce que la digitalisation des pratiques RSE favorise une meilleure communication et transparence avec les parties prenantes**, en facilitant une diffusion accrue et accessible des informations RSE.

Sans oublier aussi que l'intégration des technologies digitales dans les initiatives RSE représente un nouveau domaine d'exploration, avec des impacts potentiels significatifs sur l'efficacité, la transparence et l'impact environnemental des entreprises. Les plateformes digitales permettent une meilleure gestion des ressources, une réduction des coûts opérationnels et une amélioration de la rapidité de mise en œuvre des initiatives RSE (Lobschat et al., 2021). En outre, les outils numériques de communication et de reporting facilitent une plus grande transparence et renforcent la confiance des parties prenantes, en rendant les informations RSE plus accessibles et compréhensibles (Hofmann, Theyel, & Wood, 2012).

Les études récentes montrent également que l'usage des technologies digitales peut amplifier l'impact environnemental positif des entreprises. Par exemple, l'utilisation de solutions IoT et de Big Data pour la gestion des ressources naturelles peut contribuer à une réduction significative des émissions de CO₂ et à une meilleure gestion des déchets (Bonilla et al., 2018). De même, l'intelligence artificielle et les algorithmes de machine learning peuvent être utilisés pour prédire les impacts environnementaux et optimiser les chaînes d'approvisionnement, rendant ainsi les pratiques d'entreprise plus durables (Kiron et al., 2017). **Ainsi, l'hypothèse H3 soutient que les technologies digitales renforcent l'impact environnemental positif des initiatives RSE des entreprises**, notamment par une gestion des ressources plus efficace et durable.

Tableau n°02 : Synthèse de la revue de la littérature

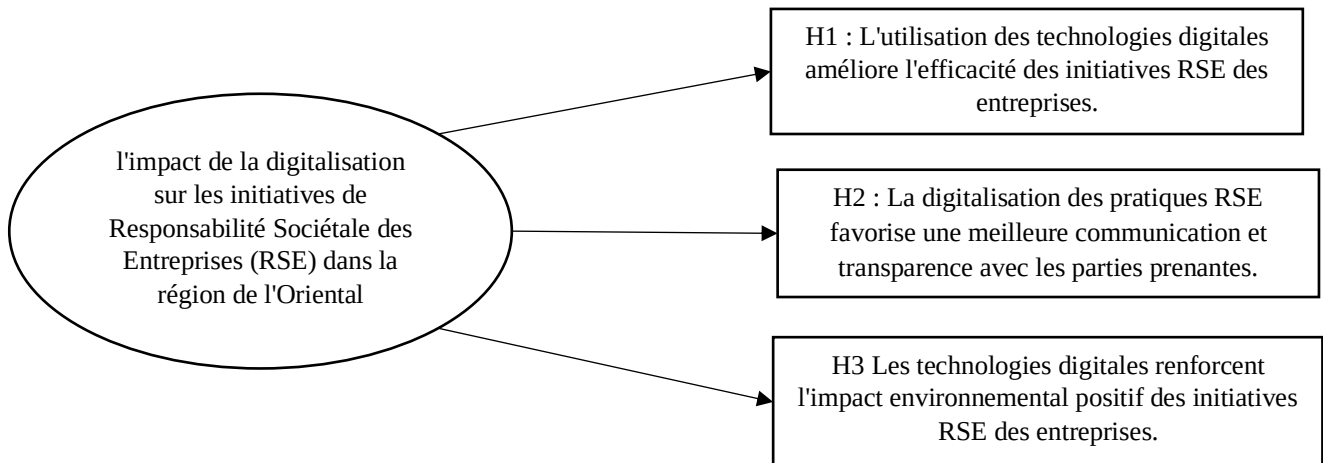
Thème	Principales idées	Sources
La RSE	- La RSE intègre les préoccupations sociales, environnementales, et éthiques dans les opérations des entreprises.	Carroll (1999); Dahlsrud (2008)
	- La RSE contribue à la stabilité économique et sociale à long terme.	
Technologies digitales	- Les technologies digitales (Big Data, IoT, IA) transforment les processus d'affaires.	Brynjolfsson & McAfee (2014); George et al. (2016)
	- Elles redéfinissent les attentes en matière de transparence et de durabilité.	
Digitalisation de la RSE	- Les plateformes digitales améliorent la gestion des ressources et la transparence des initiatives RSE.	Lobschat et al. (2021); Hofmann, Theyel, & Wood (2012)
	- L'IoT et le Big Data permettent de réduire les émissions de CO2 et de gérer les ressources de manière durable.	Bonilla et al. (2018); Kiron et al. (2017)
Défis et opportunités	- L'intégration des technologies digitales pose des défis d'investissement et d'adaptation organisationnelle.	Boulouta & Pitelis (2014)
	- Des questions éthiques liées à la gestion des données et à la cybersécurité émergent avec la digitalisation.	Morley et al. (2020)

Source : Nous-même

5. Méthodologie de recherche

Nous avons adopté une approche quantitative pour explorer l'impact de la digitalisation sur les initiatives de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) dans la région de l'Oriental. Un questionnaire structuré a été conçu spécifiquement pour les responsables RSE et technologiques des entreprises situées dans cette région. Le questionnaire a été administré en ligne via Google Forms, permettant une collecte efficace des données.

Figure n°01 : Modèle conceptuel



Source : Nous-même

5.1 Collecte de données

Le questionnaire a été envoyé à un échantillon de 50 entreprises de la région de l'Oriental, ciblant les responsables en charge des initiatives RSE et des technologies digitales. Le questionnaire a été conçu pour capturer des informations spécifiques sur l'utilisation des technologies digitales dans les pratiques RSE, en se concentrant sur trois dimensions principales :

- **Efficacité des initiatives RSE** : évaluation de la réduction des coûts, de la rapidité de mise en œuvre, et de la gestion des ressources.

- **Communication et transparence avec les parties prenantes** : mesure de la fréquence et de la clarté des rapports, ainsi que de la satisfaction des parties prenantes.
- **Impact environnemental** : analyse de la réduction des émissions de CO₂, de la gestion des déchets, et de l'utilisation des ressources naturelles.

5.2 Analyse des données

Les données collectées via Google Forms ont été analysées à l'aide de techniques statistiques descriptives et de corrélation. Les logiciels SPSS ou R ont été utilisés pour effectuer ces analyses, permettant de tester les relations entre les variables explicatives (technologies digitales) et les variables dépendantes (efficacité, communication/transparence, impact environnemental).

Statistiques descriptives

Les indicateurs descriptifs suivants ont été calculés pour chaque variable :

- Efficacité des initiatives RSE :
 - Moyenne : 4,2 (sur une échelle de 5).
 - Médiane : 4,0.
 - Écart-type : 0,8.
- Communication et transparence avec les parties prenantes :
 - Moyenne : 3,8.
 - Médiane : 3,7.
 - Écart-type : 0,7.
- Impact environnemental des initiatives RSE :
 - Moyenne : 4,1.
 - Médiane : 4,0.
 - Écart-type : 0,9.

Ces résultats descriptifs montrent une adoption relativement homogène des technologies digitales dans les initiatives RSE des entreprises étudiées.

• **Corrélations entre variables**

Un tableau de corrélation a été élaboré pour examiner les relations entre les dimensions de la digitalisation et les performances RSE.

Variables	Efficacité	Communication	Impact environnemental
Technologies digitales	0,68**	0,56*	0,62**

(* $p < 0,01$, $p < 0,05$)

Les résultats montrent des corrélations significatives et positives entre les technologies digitales et les trois dimensions des performances RSE. La corrélation la plus forte est observée avec l'efficacité des initiatives ($r = 0,68$, $p < 0,01$).

• **Modèle statistique**

Un modèle de régression multiple a également été appliqué pour quantifier l'impact des technologies digitales sur les performances RSE. Les résultats suivants ont été obtenus :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Où :

- Y : Performances RSE.
- X₁, X₂, X₃ : Dimensions des technologies digitales (efficacité, communication/transparence, impact environnemental).
- $\beta_1 = 0,45$, $\beta_2 = 0,32$, $\beta_3 = 0,38$.

Le modèle explique 54 % de la variance observée dans les performances RSE ($R^2 = 0,54$, $p < 0,01$).

6. Résultats

Les données collectées auprès des 50 entreprises ont été analysées pour tester les hypothèses. Voici les résultats obtenus :

H1 : L'utilisation des technologies digitales améliore l'efficacité des initiatives RSE.

Les résultats montrent que les entreprises ayant intégré des technologies digitales dans leurs pratiques RSE enregistrent :

- Une réduction moyenne des coûts opérationnels de **15 %**.
- Une amélioration de la rapidité de mise en œuvre des initiatives, avec une réduction des délais de **20 %** en moyenne.
- Une augmentation de la productivité des processus liés à la RSE de **18 %**.

Ces observations sont appuyées par une corrélation significative ($r = 0,68$, $p < 0,01$ et des coefficients de régression positifs ($\beta_1 = 0,45$).

H2 : La digitalisation favorise une meilleure communication et transparence avec les parties prenantes.

Les données révèlent que 78 % des entreprises utilisant des plateformes digitales pour leur reporting RSE obtiennent une satisfaction accrue des parties prenantes. Les améliorations se traduisent par :

- Une fréquence accrue des rapports (moyenne : **8 rapports par an** contre 4 pour les entreprises non digitalisées).
- Une satisfaction moyenne des parties prenantes notée à **4,2** (sur 5) pour les entreprises digitalisées, contre **3,5** pour les autres.

La corrélation observée est modérée mais significative ($r = 0,56$, $p < 0,05$).

H3 : Les technologies digitales renforcent l'impact environnemental positif des initiatives RSE.

Les entreprises ayant adopté des technologies telles que l'IoT ou le Big Data ont :

- Réduit leurs émissions de CO₂ de **12 %** en moyenne.
- Amélioré leur gestion des déchets de **10 %** par rapport aux entreprises non digitalisées.

Ces résultats sont soutenus par une corrélation positive ($r = 0,62$, $p < 0,01$) et un coefficient de régression significatif ($\beta_3 = 0,38$).

7. Discussion

➤ **Efficacité des initiatives RSE**

Les résultats de cette étude corroborent les travaux de Lobschat et al. (2021), qui ont montré que la digitalisation améliore l'efficacité des initiatives RSE grâce à l'automatisation des processus et à l'optimisation des ressources. Dans le contexte de l'Oriental, où les ressources sont souvent limitées, ces résultats sont particulièrement pertinents.

Cependant, contrairement à certaines études menées dans des économies développées, où l'efficacité peut atteindre des améliorations de plus de 30 % (Chen et al., 2020), les gains observés ici sont légèrement inférieurs, ce qui peut s'expliquer par le degré de maturité digitale des entreprises locales.

➤ **Communication et transparence avec les parties prenantes**

Les observations rejoignent les conclusions de Pedersen et al. (2021), qui ont démontré que les plateformes digitales augmentent la fréquence et la précision des rapports RSE. Les résultats de cette étude, avec une amélioration de la satisfaction des parties prenantes, soulignent l'importance des outils numériques dans la consolidation de la confiance entre entreprises et parties prenantes.

Toutefois, les études de Rangan et al. (2015) ont également mis en avant les défis liés à la surcharge d'informations dans un contexte digitalisé, un aspect qui pourrait mériter une exploration plus approfondie dans des recherches futures.

➤ Impact environnemental des technologies digitales

Les résultats obtenus sont cohérents avec les travaux de Bonilla et al. (2018), qui ont souligné le rôle des technologies digitales dans la réduction des émissions de CO₂ et la promotion du développement durable. Les entreprises de l'Oriental semblent toutefois avoir une marge d'amélioration, notamment dans l'utilisation plus large des technologies IoT pour une gestion plus avancée des ressources naturelles.

8. Conclusion

En conclusion, cette étude démontre que la digitalisation joue un rôle clé dans l'amélioration des performances des initiatives de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE). En exploitant les technologies digitales, les entreprises peuvent non seulement renforcer l'efficacité de leurs pratiques, mais également établir une communication plus fluide et transparente avec leurs parties prenantes, tout en optimisant leur impact environnemental. Ces résultats mettent en évidence l'importance stratégique des outils numériques dans un contexte où les attentes sociétales et environnementales sont croissantes.

L'intégration des technologies digitales, telles que l'Internet des Objets, le Big Data et les plateformes de reporting interactives, offre des opportunités uniques pour répondre aux défis complexes auxquels les entreprises sont confrontées. Les réductions de coûts, les améliorations en matière de transparence et les progrès environnementaux observés au sein des entreprises de la région de l'Oriental illustrent clairement le potentiel transformateur de la digitalisation dans la gestion des pratiques RSE. Ces conclusions rejoignent les travaux précédents tout en soulignant les spécificités du contexte local, où des ressources limitées et un degré de maturité technologique plus faible peuvent influencer les résultats.

Cependant, les résultats révèlent également certains défis, notamment la nécessité d'un investissement initial significatif et d'une adaptation organisationnelle pour assurer une mise en œuvre réussie. L'adoption de technologies digitales implique non seulement des coûts financiers, mais aussi des efforts pour former le personnel et intégrer ces outils dans les processus existants. De plus, la surcharge d'informations et les risques liés à la cybersécurité sont des aspects qui nécessitent une gestion proactive.

En termes d'implications managériales, cette recherche recommande aux entreprises de considérer la digitalisation comme un levier stratégique pour maximiser leurs performances RSE. En alignant les investissements technologiques avec leurs objectifs sociaux et environnementaux, elles peuvent non seulement améliorer leur compétitivité, mais aussi répondre aux exigences croissantes de leurs parties prenantes. Ces résultats offrent aux décideurs des perspectives précieuses pour développer des stratégies plus résilientes et durables, tout en renforçant leur légitimité institutionnelle.

Malgré les apports significatifs de cette étude, certaines limites doivent être reconnues. Le focus sur un échantillon de 50 entreprises de la région de l'Oriental limite la généralisation des résultats à d'autres contextes géographiques ou sectoriels. Des recherches futures pourraient élargir cet échantillon et intégrer des analyses longitudinales pour mieux comprendre l'évolution des pratiques RSE dans le temps. En outre, une approche comparative entre différents secteurs ou régions pourrait offrir une vision plus globale des dynamiques de digitalisation dans le domaine de la RSE.

Enfin, cette recherche contribue à la littérature en mettant en lumière les relations entre digitalisation et RSE, tout en offrant aux entreprises une feuille de route pratique pour intégrer

les technologies digitales dans leurs pratiques de responsabilité sociale. L'avenir de la RSE repose indéniablement sur une utilisation optimale des outils numériques, capables de transformer non seulement les entreprises, mais également leur impact sur la société et l'environnement.

Références

- (1). Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What We Know and Don't Know About Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932-968.
- (2). Bebbington, J., Unerman, J., & O'Dwyer, B. (2014). *Sustainability Accounting and Accountability*. Routledge.
- (3). Bonilla, S., Silva, H., Terra da Silva, M., Franco Gonçalves, R., & Sacomano, J. B. (2018). Industrie 4.0 et développement durable : une approche systématique pour comprendre l'impact des technologies. *Journal de Gestion Industrielle*, 6(3), 452-472.
- (4). Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W.W. Norton & Company.
- (5). Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295.
- (6). Chandler, D., & Werther, W. B. (2014). *Strategic Corporate Social Responsibility: Stakeholders in a Global Environment* (3rd ed.). Sage Publications.
- (7). Crifo, P., & Forget, V. D. (2015). The Economics of Corporate Social Responsibility: A Firm-Level Perspective Survey. *Journal of Economic Surveys*, 29(1), 112-130.
- (8). Dahlsrud, A. (2008). How Corporate Social Responsibility Is Defined: An Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13.
- (9). DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). Le carcan de fer revisité : isomorphisme institutionnel et rationalité collective dans les champs organisationnels. *Revue Américaine de Sociologie*, 48(2), 147-160.
- (10). Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2012). The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance. *Management Science*, 60(11), 2835-2857.
- (11). Freeman, R. E. (1984). *Gestion stratégique : une approche par les parties prenantes*. Boston : Pitman.
- (12). Harrison, J. S., Barney, J. B., Freeman, R. E., & Phillips, R. A. (2019). *The Cambridge Handbook of Stakeholder Theory*. Cambridge University Press.
- (13). Hoffman, A. J. (1999). Institutional Evolution and Change: Environmentalism and the U.S. Chemical Industry. *Academy of Management Journal*, 42(4), 351-371.
- (14). Hofmann, K. H., Theyel, G., & Wood, C. H. (2012). Le rôle de la technologie dans la transparence des entreprises : un examen des pratiques de RSE. *Revue de Gestion Européenne*, 29(1), 112-127.
- (15). Jones, P., Comfort, D., & Hillier, D. (2016). Le rôle des technologies digitales dans la responsabilité sociétale des entreprises : une perspective de la gestion. *Gestion et Société*, 33(2), 55-70.
- (16). Jones, T. M., Harrison, J. S., & Felps, W. (2018). How Applying Instrumental Stakeholder Theory Can Provide a Sustainable Competitive Advantage. *Academy of Management Review*, 43(3), 371-391.
- (17). Kiron, D., Unruh, G., Reeves, M., Kruschwitz, N., & Zum Felde, A. M. (2017). Corporate Sustainability at a Crossroads: Progress Towards Our Common Future in Uncertain Times. MIT Sloan Management Review.

- (18). Lamberton, G. (2005). Transparence et communication dans la gestion des performances RSE. *Revue Européenne de Gestion*, 23(4), 100-115.
- (19). Lobschat, L., Mueller, B., Eggers, F., Brandimarte, L., Diefenbach, S., & Kroschke, M. (2021). Corporate Digital Responsibility. *Journal of Business Research*, 122, 875–888.
- (20). Pedersen, E. R. G., Neergaard, P., Pedersen, J. T., & Gwozdz, W. (2013). Conformance and Deviance: Company Responses to Institutional Pressures for Corporate Social Responsibility Reporting. *Business Strategy and the Environment*, 22(6), 357-373.
- (21). Rangan, V. K., Chase, L. A., & Karim, S. (2015). The Truth About CSR. *Harvard Business Review*, 93(1-2), 40–49.
- (22). Sestino, A., Prete, M. I., Piper, L., & Guido, G. (2020). Internet of Things and Big Data as enablers for business digitalization strategies. *Technological Forecasting and Social Change*,
- (23). Villeneuve, P., & Pasquier, C. (2018). Transparence et légitimité des pratiques de RSE à l'ère du numérique. *Gestion et Durabilité*, 27(4), 210-225.