

Le comportement écologique des entreprises chimiques tunisiennes : Un passage obligé ou un choix délibéré ?

MOHAMED HAMDOUN
Doctorant à l'École Supérieure de Commerce de Tunis
mohamed.hamdoun@yahoo.fr

Résumé :

Longtemps négligé, l'environnement naturel est devenu un enjeu stratégique pour les entreprises qui affichent de plus en plus de responsabilité envers les questions écologiques. L'objet de ce travail serait de recenser via une réflexion théorique et une étude empirique les facteurs susceptibles de déterminer le niveau d'engagement environnemental des entreprises. A travers une synthèse de la littérature, nous avons esquissé un modèle conceptuel définissant les déterminants du comportement écologique des firmes. Une investigation empirique auprès d'un échantillon d'entreprises tunisiennes oeuvrant dans le secteur chimique nous a permis de vérifier la validité de nos conclusions théoriques. Les résultats obtenus préconisent l'influence significative des pressions gouvernementales, des facteurs de contingence ainsi que des pressions exercées par le personnel et par les organismes publics et sectoriels sur le degré d'intégration de la dimension écologique par les entreprises.

Mots clés : comportement écologique, pressions institutionnelles, opportunités économiques, éthique des dirigeants, facteurs de contingence.

INTRODUCTION

La protection de l'environnement naturel est devenue une des principales préoccupations pour les entreprises, mais aussi pour les simples citoyens. En effet, nous avons assisté depuis les années quatre-vingt-dix à un changement impressionnant du paysage professionnel marqué par une préoccupation accrue pour l'environnement de la part des entreprises. Ces dernières principalement industrielles sont montrées de doigt comme les principaux pollueurs. Une marée verte avait envahi les circuits économiques faisant de l'environnement naturel une variable clé dans la gestion des firmes.

Certes, la vague verte avait touché la majorité des secteurs industriels. Néanmoins, la chimie reste le secteur le plus concernée par les affaires environnementales puisqu'elle constitue une vraie menace pour la santé humaine. La relation de l'industrie chimique avec les grandes catastrophes écologiques, sa réglementation très contraignante et son degré élevé de sensibilité par rapport à la société civile sont autant des facteurs expliquant l'intérêt que porte les chercheurs à ce secteur. Avec une croissance annuelle moyenne de 5%, le secteur chimique occupe une place stratégique dans l'économie tunisienne employant plus de 21877 personnes et dont 15% des entreprises sont totalement exportatrices (API, 2007).

L'objet de ce travail sera de déceler les facteurs qui influencent le degré d'engagement écologique des entreprises. Une synthèse de la littérature nous permettra d'esquisser un modèle conceptuel où les facteurs explicatifs du comportement écologique des entreprises seront identifiés. Dans une deuxième phase, nous effectuerons une étude empirique auprès d'un échantillon d'entreprises chimiques pour valider notre modèle théorique.

1. PRESSIONS GOUVERNEMENTALES

Afin de contraindre les entreprises polluantes à intégrer les préoccupations environnementales dans la conduite de leurs activités, les pouvoirs publics recourent généralement à la mise en place des mesures dissuasives et incitatives. Outre l'instauration d'un arsenal réglementaire, les gouvernements ont instauré une panoplie d'instruments économiques incitant les industriels à entamer des actions écologiques. Les états imposent ces mesures administratives en réponse aux pressions de l'opinion publique. Après avoir réalisé une recherche empirique approfondie, Persais (1998a) avait conclu que l'Etat est à l'origine de plus fortes pressions externes exercées sur les firmes par l'intermédiaire des organismes publics

1.1 Réglementation

Le respect de la réglementation en vigueur est une condition nécessaire pour la pérennité et le développement des entreprises tout en instaurant une relation fondée sur la confiance avec les pouvoirs publics. La réglementation environnementale vise à empêcher toute manifestation d'externalités à l'encontre du patrimoine naturel. Concrètement, elle correspond à des mesures institutionnelles interdisant ou limitant certaines activités, procédés, ou produits portant des nuisances aux milieux naturels.

Après la découverte des conséquences dramatiques de certains accidents écologiques, nous avons assisté à une prolifération des textes réglementaires en faveur de l'environnement. La législation est reconnue par un grand nombre de chercheurs comme étant la première motivation qui amène les entreprises à tenir compte de l'impact de leurs activités sur l'environnement naturel (Quairel & Auberge, 2005). Cependant, certains pays¹ ont mis en place une réglementation très contraignante poussant certains industriels locaux à demander une harmonisation internationale.

D'après Salami (2004), le respect de la réglementation environnementale est considéré comme le moteur principal de toute avancée dans le domaine écologique. Derrière la pollution, nous trouvons une dégradation du milieu naturel, mais aussi une certaine inefficience ou inefficacité dans l'utilisation des ressources. A travers une réglementation répressive, les pouvoirs publics incitent indirectement les industriels à rechercher des nouvelles méthodes et des nouveaux processus de production plus performants. Pourtant, Cairncross (1993) in King & Linx (2000) avait postulé que les dispositifs réglementaires sont inefficients et ne sont jamais respectés par les industriels. De même, Brunermeier & Cohen (2003) avaient stipulé que la réglementation environnementale pousse les entreprises vers un comportement conformiste qui ne les incite pas à se surpasser.

1.2 Instruments économiques

Contrairement à la réglementation, les instruments économiques ont une finalité plutôt incitative tout en faisant croître le degré des pressions ressenties par les entreprises pour qu'elles adoptent un comportement responsable vis-à-vis de l'environnement naturel.

¹ L'Allemagne a mis en place un arsenal réglementaire sans équivalent dans le monde.

Généralement, les instruments économiques prennent la forme d'un transfert financier ou d'une modification des prix relatifs. Dans cette perspective, ils visent la modification des comportements écologiques non seulement en pénalisant les firmes polluantes mais aussi en favorisant celles qui intègrent les préoccupations environnementales dans la conduite de leurs activités. Par conséquent, les règles de la concurrence pure et parfaite seront modifiées au profit des firmes respectueuses du patrimoine naturel qui se voient acquérir un avantage distinctif sur les entreprises externalisatrices.

Malgré leur complémentarité, ces outils sont reconnus comme étant plus fiables que la réglementation essentiellement pour leurs faibles coûts administratifs (Finkelshtain & Kisler, 2004). En le comparant aux dispositifs réglementaires et législatifs, Viardot (1994) avait stipulé que les instruments économiques présentent certains avantages intrinsèques.

L'OCDE (1991) avait établi une typologie d'instruments économiques que les gouvernements peuvent y recourir pour appuyer leurs réglementations locales : les redevances, les droits de pollution, le système de consignation et les aides financières. A cette typologie, nous ajouterons les normes et les labels qui sont reconnus comme des instruments économiques très influents sur les comportements écologiques des firmes.

Hypothèse 1 : Les pressions gouvernementales déterminent le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 1.a : La réglementation détermine le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 1.b : Les instruments économiques déterminent le comportement écologique des entreprises.

2. PRESSIONS DES PARTIES PRENANTES

Selon Freeman (1984) in Dontenwill (2005), plusieurs acteurs exercent des pressions sur la firme en vue de protéger et de favoriser leurs propres intérêts. Dans cette perspective, les entreprises polluantes qui sont à l'origine des externalités environnementales seront elles-mêmes la cible des pressions externes qui naissent au niveau de l'opinion publique, causant un problème de légitimité et émanant de différentes parties prenantes.

Les pressions subies par l'entreprise prennent naissance dans l'environnement distant représenté par l'opinion publique, puis elles sont exprimées par les acteurs de l'environnement opérationnel (Pasquero, 1980 ; Viardot, 1994). Plus précisément, des

protagonistes éloignés de la firme provoquent l'émergence des pressions sociétales à travers la reconnaissance et l'amplification des atteintes portées à l'environnement naturel. Ensuite, les acteurs en relation régulière avec les entreprises interviennent en leur faisant subir d'énormes pressions.

Pour répondre aux réclamations de l'opinion publique, les parties prenantes exerceront des pressions à l'encontre des entreprises pour infléchir leurs comportements dans un sens plus vert (Henriques & Sadorsky, 1999 ; Alvarez-Gil, 2001 ; Buysse & Verbeke, 2003 ; Céspedes-Lorente & al, 2001 ; Sharma & Henriques, 2005 ; Claver & al, 2006).

2.1 Actionnaires

Les actionnaires ont commencé très récemment à se préoccuper des affaires écologiques. Dès lors, certaines agences de notation sociétale (Vigéo, Core ratings, FTSE4GOOD, etc) ont instauré des indices éthiques pour mieux informer les actionnaires des pratiques responsables des firmes. Certes, de nombreux indices de ce genre ont été mis en place, mais aucun indice universel et uniformisé n'a été lancé.

Les actionnaires considèrent que l'investissement dans les firmes ayant réalisé des faibles performances environnementales serait un risque énorme (Buysse & Verbeke, 2003). Le souci de préserver l'image de l'entreprise est la première motivation qui encourage les actionnaires à s'intéresser à la protection de l'environnement naturel (Cormeir & al, 1993 ; Hamilton, 1995 ; Konar & Cohen, 2001). Toutefois, Persais (1998a) avait recensé trois autres éléments capables d'expliquer cet engouement écologique :

Les investisseurs se préoccupent de plus en plus des questions d'ordre éthique et dans ce contexte que des SICAVs vertes et des fonds verts avaient fait leur apparition. Les actionnaires doivent faire plus de prudence quant aux risques liés au domaine de l'écologie, d'où le recours aux audits environnementaux pour appuyer toute décision d'acquisition. Sous ces pressions, les firmes se trouvent obligées de publier le bilan de leurs actions écologiques.

2.2 Personnel

Certaines firmes se heurtent à une dénonciation de leurs comportements irresponsables par ses propres employés (Henriques & Sadorsky, 1996). Ces derniers recourent à plusieurs organes internes tels que le comité d'hygiène ou le service environnement pour influencer les

décisions relatives à la protection de l'environnement naturel. Dans certains cas, les représentations syndicales peuvent appuyer la position des salariés en réagissant aux pratiques destructrices des milieux naturels. L'existence de relation avec la santé et la sécurité, ainsi que les considérations d'ordre éthique sont les principaux motifs pouvant expliquer la montée en acuité des pressions exercées par le personnel sur leurs firmes. Parmi les dimensions à travers lesquelles nous pouvons appréhender l'éthique des salariés, nous trouvons la préoccupation pour les problèmes environnementaux. Dans cette perspective, si certaines conditions d'ordre moral ne sont pas satisfaites, les employés vont réclamer auprès des dirigeants l'intégration de la dimension environnementale.

Selon Boiral (1997), la pollution industrielle est une affaire de santé et de sécurité avant d'être une préoccupation environnementale majeure. En effet, les ouvriers sont les premières victimes puisqu'ils se retrouvent à l'intérieur de l'usine où se réalise la production qui est à l'origine des émissions et des rejets polluants. Partant de ce constat, les ouvriers et même leurs chefs hiérarchiques très soucieux des conditions d'hygiène et de sécurité. En effet, les subalternes essayeront de contraindre leurs dirigeants d'investir dans des procédés moins polluants.

2.3 Consommateurs

Le matraquage médiatique et les débats lancés autour de la dégradation de l'environnement naturel et son incidence sur la qualité de vie au sein de notre planète ont favorisé l'émergence d'une certaine conscience verte chez les citoyens. Partant de cette analyse, les consommateurs sont devenus très sensibles quant au potentiel écologique des produits achetés.

Pour manifester leur engouement envers l'environnement, les consommateurs sont prêts à boycotter des produits polluants, mais aussi à payer un supplément pour les produits verts. Selon Louppe & Rocaboy (1994), ces actions ne peuvent pas être envisagées que si les consommateurs disposent d'un ensemble d'informations objectives sur la performance écologique d'un produit. En cas de non satisfaction de cette condition de garantie, la crédibilité de la valeur écologique du produit sera remise en cause. Quelque soient les modalités d'action, le comportement écologique des consommateurs ont poussé les entreprises à adopter une attitude plus responsable envers le capital naturel (Henriques & Sadowsky, 1996) pour maintenir leurs positions concurrentielles sur le marché (Foster & al

2000). Notons que ce changement de comportement écologique est beaucoup plus observé chez les firmes ayant un contact direct avec les consommateurs finals (Arora & Cason, 1995).

2.4 Distributeurs

Les distributeurs intègrent de plus en plus le facteur écologique dans leurs politiques managériales influençant ainsi la position de leurs fournisseurs vis-à-vis des questions environnementales. Conscientes de leur rôle en tant que relais déterminants des attentes de l'opinion publique, plusieurs mesures en faveur de l'environnement naturel peuvent être entamées par les sociétés de distribution afin de montrer aux consommateurs leur engouement écologique. Les distributeurs peuvent entamer les actions suivantes : promotion des produits verts en leur allouant des linéaires ou en leur accordant le bénéfice de leur marque, utilisation des moyens de transport moins polluants, modification des horaires de livraison afin de baisser la pollution sonore, récupération de verre et d'huile usagée, utilisation des matériaux recyclés, etc. La législation peut être à l'origine d'un tel engagement éthique des distributeurs. A ce titre, nous pouvons citer la loi Töepfer² en Allemagne obligeant les sociétés de distribution à mettre en place un système de consignation pour les bouteilles. Cette préoccupation à l'égard de l'environnement naturel s'inscrit généralement dans une stratégie de marketing attirant des consommateurs de plus en plus avertis à la qualité écologique des produits.

2.5 Compagnies d'assurance

En cas de pollution, les entreprises feront face à de nombreux problèmes financiers. Les firmes polluantes doivent affronter non seulement les pertes économiques d'un accident ou d'une catastrophe environnementale mais aussi les coûts faramineux de dépollution des sites et des sols contaminés. Pour éviter ce genre de situation pouvant remettre en cause la pérennité de leurs activités, les entreprises recourent aux services offerts des compagnies d'assurances devenues très présentes dans le domaine environnemental en multipliant les pratiques en matière de couverture du risque écologique (responsabilité civile, dommages et pertes d'exploitation, etc). Dès lors, « L'assurance peut être considérée comme la condition de prise d'un risque ; et s'il n'y a pas assurance ce risque ne doit pas être pris » (Ewald, 2004, p11).

² Cette loi porte le nom du ministre de l'environnement Allemand Klaus Töepfer.

Au début, les assureurs proposaient aux entreprises la souscription des contrats d'assurance pour couvrir les risques inhérents à leurs activités. Aujourd'hui, le métier de l'assureur ne se base plus sur le principe d'indemnisation, mais plutôt sur l'intégration de la dimension préventive vu la sévérité accentuée de la justice à l'égard des firmes non respectueuses du patrimoine naturel. Par conséquent, les compagnies d'assurance ont exclus les nuisances à l'encontre de l'environnement naturel de leurs polices courantes en les supplantant par des contrats spécifiques limitant la couverture et excluant des risques mal connus. Selon Folus (2003), l'augmentation du nombre des risques et des coûts de leur réparation oblige les compagnies d'assurances à proposer des garanties avec de plus en plus de parcimonie.

2.6 Banques

Les institutions bancaires conditionnent la pérennité et le développement des firmes, pourtant les pressions écologiques qu'elles font subir aux firmes polluantes s'avèrent relativement faibles sinon inexistantes. En effet, « L'environnement est résolument venu sur le devant de la scène et le secteur des services financiers devait être perçu comme étant à l'avant-garde du nouvel ordre qui se mettait en place » (Trittin, 2002, p18). En effet, seule une réglementation plus sévère tel que celle appliquée aux Etas-Unis obligera les banques à tenir compte des externalités actuelles et potentielles des activités de leurs clients industriels. En effet, la législation américaine tient pour responsable des accidents écologiques non seulement les pollueurs, mais aussi les institutions financières qui leur ont octroyé des crédits.

Les banques doivent se soucier du caractère polluant ou non des activités ou des projet qu'elles se prêtent à financer. Par conséquent, elles exigent de la part des entreprises polluantes la réalisation d'un audit écologique approfondi comme une condition préalable à tout projet de financement. Dans cette perspective, les institutions bancaires semblent hésiter de plus en plus à financer les activités d'une entreprise dont le bilan environnemental n'est pas satisfaisant (Buysse & Verbeke, 2003 ; Lanoie & Laplante, 1992).

2.7 Associations écologistes

C'est dans un contexte d'amplification des problèmes environnementaux, que nous avons assisté à l'apparition de plusieurs associations de défense de l'environnement naturel concrétisant ainsi la volonté de l'opinion publique de protéger le patrimoine naturel contre les externalités industrielles. Pour Henriques & Sadorsky (1999), les associations écologistes peuvent menacer sérieusement les entreprises irresponsables en mobilisant l'opinion publique.

Ces associations constituent des relais qui convertissent les préoccupations écologiques de différents acteurs de la société civile en des pressions exercées à l'encontre des firmes irresponsables. Les activistes environnementaux obligent les firmes polluantes non seulement à respecter la réglementation en vigueur mais aussi à entreprendre des actions pro environnementales afin d'acquérir une « licence sociale » (Kagan & al, 2003).

Les associations internationales (Greenpeace et les amis de la terre) qui sont aptes à infléchir les comportements des firmes multinationales ou même des politiques gouvernementales en rassemblant de millions des citoyens autour d'une cause écologique. De même, Il existe aussi des associations nationales et des associations locales formées essentiellement des riverains directement menacés par la dégradation des milieux naturels.

Les associations de défense de l'environnement naturel recourent à des manifestations pour obliger les industriels à adopter des comportements plus responsables envers la biosphère. De même, cette opposition peut être plus agressive en bloquant l'implantation des nouveaux projets ou en empêchant le déroulement habituel des activités au sein des installations déjà existantes. Il arrive même que certains groupes écologistes mènent des actions en justice à l'encontre des firmes polluantes.

Au lieu de manifester une opposition farouche aux pollueurs, certaines associations écologistes bien qu'elles soient minoritaires proposent des récompenses aux entreprises affichant plus de responsabilité envers l'environnement naturel. D'autres associations de défense de l'environnement naturel se sont alliées aux entreprises pour des objectifs mutuelles. Aux Etats-Unis, les groupes écologistes sont représentés au niveau du conseil d'administration de plusieurs firmes. Elles proposent leur expertise ainsi que le cautionnement de certains produits ou procédés de fabrication en contrepartie des aides financières et du parrainage de leurs activités par les entreprises alliées.

2.8 Organismes publics et sectoriels

Les groupes sectoriels ne cessent d'exercer des pressions grandissantes sur les firmes polluantes afin qu'elles participent d'une manière active à la préservation du patrimoine naturel. Les orientations environnementales de ces organismes influencent directement ou indirectement l'évolution réglementaire. Les coûts d'intégration des préoccupations écologiques par les entreprises vont être imputés aux prix de revient des produits. Dès lors, les

firmes responsables seront pénalisées face à leurs concurrents qui bénéficieront d'un avantage concurrentiel au niveau des prix de vente. Pour éviter une situation pareille, les organismes sectoriels interviennent à travers plusieurs méthodes, mais la plus utilisée reste sans doute la signature par tous les intervenants au sein d'un même secteur d'une charte commune qui les oblige d'agir dans un sens plus vert.

A côté des groupes sectoriels, les organismes publics sont des acteurs déterminants dans la prolifération de la conscience écologique chez les industriels. Ils sont les principaux instigateurs de l'instauration et de l'évolution des dispositifs réglementaires et des textes législatifs dans le domaine environnemental par les pouvoirs publics. De même, ces organismes octroient des subventions aux firmes intégrant dans leurs procédés de fabrication des technologies de dépollution, des unités de recyclage, etc.

Hypothèse 2 : Les pressions des parties prenantes déterminent le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 2.a : Les pressions des actionnaires déterminent le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 2.b : Les pressions du personnel déterminent le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 2.c : Les pressions des consommateurs déterminent le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 2.d : Les pressions des distributeurs déterminent le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 2.e : Les pressions des compagnies d'assurance déterminent le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 2.f : Les pressions des banques déterminent le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 2.g : Les pressions des associations écologistes déterminent le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 2.h : Les pressions des organismes publics et sectoriels déterminent le comportement écologique des entreprises.

3. OPPORTUNITES ÉCONOMIQUES

Un nombre important de chercheurs postule que l'intégration de la dimension environnementale ne se fait pas seulement sous la contrainte, mais aussi pour saisir certaines opportunités économiques. Les opportunités économiques évoquées par Boiral & Jolly (1992) résument celles qui sont recensées au niveau de la littérature (Robins, 1992 ; Shrivastava, 1995 ; Russo & Fouts, 1997 ; Bansal & Roth, 2000 ; Céspedes-Lorente & al, 2003).

3.1 Motivations marketing

Il s'agit d'implanter une démarche marketing écologique comme une solution qui fait apparaître l'entreprise comme une firme responsable et ses produits comme étant respectueux des milieux naturels. Les entreprises optent pour un comportement responsable afin d'ajouter de la valeur à leur image et à leurs produits. Cependant, l'efficacité des actions marketing principalement publicitaires n'est pas garantie et leurs résultats peuvent être négatifs. Généralement, les consommateurs ont tendance à discréditer les discours de dirigeants avançant des arguments environnementaux (Boiral & Jolly, 1992).

3.2 Différenciation concurrentielle

Actuellement, avec des marchés devenus de plus en plus concurrentiels où chaque entreprise cherche à se démarquer des ses adversaires. Les comportements responsables envers l'environnement naturel ne sont pas généralisés offrant ainsi la possibilité d'une différenciation dans des marchés où les produits sont similaires. En effet, le pouvoir de la conscience écologique permettra aux entreprises d'améliorer leurs ventes et leurs positions concurrentielles (Gonzales-Benito & Gonzales-Benito, 2005a). Le comportement écologique de la firme est influencé par le niveau de concentration d'un marché. Dans le cadre d'un marché à faible niveau de concentration, c'est-à-dire caractérisé par une forte intensité concurrentielle, les entreprises opteront pour une stratégie de différenciation au niveau du produit pouvant émaner de ses spécificités écologiques (Arora & Lason, 1995). La pratique la plus courante serait le lancement des éco-produits. Les parts du marché de ces entreprises vont augmenter en raison de la ruée des consommateurs vers des produits moins nocifs au patrimoine naturel. Néanmoins, le recours de certaines firmes à l'imitation anéantit tous les avantages distinctifs liés à l'intégration des préoccupations environnementale.

3.3 Rentabilité

Considérée jadis comme un frein à la réalisation des profits, l'adoption d'un comportement écologique n'est pas toujours synonyme d'un investissement colossal non rentable dans des nouveaux procédés de fabrication. On a dépassé cette vision économique classique faisant de l'intégration de la dimension écologique un obstacle à la rentabilité. Cette nouvelle perspective est appelée « l'hypothèse de Porter » puisque Porter était l'un des premiers chercheurs à avoir rompu avec le modèle traditionnel. Des pratiques telles que l'installation des technologies propres ou la valorisation et le recyclage des déchets procurent aux entreprises une économie de matière première et d'énergie qui allégerait leurs coûts de

production. Les firmes tendent à mettre en place des pratiques de management environnemental si elles perçoivent à travers ces activités responsables une contribution à leurs profits (Céspedes-Lorente, 2003 ; Gonzales-Benito & Gonzales-Benito, 2005a). Dans certains secteurs, les entreprises se préoccupent de la protection de l'environnement naturel dans un objectif de rentabilité, quoique, la réalisation d'un rendement économique meilleur ne soit pas garantie dans d'autres domaines. En outre, les entreprises exercent leurs activités dans un marché où le taux de croissance est faible seront beaucoup plus prudentes pour entamer des actions pro-environnementales en raison d'un taux de rentabilité des investissements technologiques insuffisant (Russo & Fouts, 1997).

Hypothèse 3 : Les opportunités économiques déterminent le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 3.a : Les motivations marketing déterminent le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 3.b : La différenciation concurrentielle détermine le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 3.c : La rentabilité détermine le comportement écologique des entreprises.

4. ÉTHIQUE DES DIRIGEANTS

Avant qu'elle ne soit une question d'organisation, l'éthique est un phénomène essentiellement individuel et psychologique. Les dirigeants des entreprises sont avant tout des simples citoyens dont les attitudes et les comportements sont analysés à travers leurs valeurs et leurs croyances. En effet, « l'éthique des managers peut être considéré comme la façon dont les managers cherchent à se construire une conduite juste en situation professionnelle » (Hirèche, 2004, p1).

L'intérêt que porte les dirigeants aux préoccupations écologiques se situe au niveau de cette dernière caractéristique d'un manager éthique. En effet, les responsables essayent toujours de gérer leurs entreprises en cohérence avec leurs motivations éthiques (Huybrechts & al, 2006). Par conséquent, l'éthique des leaders joue un rôle prépondérant dans l'intégration de la dimension écologique au sein des firmes polluantes (Bansal & Roth, 2000 ; Gonzales-Benito & Gonzales-Benito, 2005a). Nous pouvons distinguer entre les dirigeants caractérisés par un environnementalisme réformiste qui font usage de la rationalité économique et ceux qui sont caractérisés par un environnementalisme radical visant la préservation du patrimoine naturel (Hood & Bubna-Litic, 2000). A force de respecter ses valeurs, les managers prennent des initiatives individuelles en usant de leur pouvoir pour que son organisation adopte un

comportement responsable vis-à-vis de l'environnement naturel. Ces initiatives écologiques pouvant compromettre la rentabilité et dans certains cas mettre en péril la pérennité des firmes témoignant ainsi des convictions éthiques assez profondes des dirigeants.

Hypothèse 4 : L'éthique des dirigeants détermine le comportement écologique des entreprises.

5. FACTEURS DE CONTINGENCE

Maintes travaux de recherche essentiellement de portée empirique stipulent le rôle prépondérant des facteurs de contingence dans l'adoption d'un comportement plus respectueux envers le capital naturel (Buisse & Verbeke, 2003 ; Persais, 1998ab ; Roy & Lagacé, 2000 ; Russo & Fouts, 1997 ; Sharma, 2000).

5.1 Secteur d'activité

Certains secteurs d'activités sensibles sont susceptibles plus que les autres d'intégrer les préoccupations environnementales. Ils sont considérés comme les premiers responsables des fortes nuisances à l'encontre des milieux naturels. En plus, les catastrophes naturelles ont altéré l'image de certains secteurs d'activité auprès de l'opinion publique. Partant de cette analyse, l'adoption d'un comportement responsable par les entreprises appartenant au secteur chimique est un passage obligé pour se déculpabiliser auprès de la société civile. L'absence des technologies environnementales dans un secteur donné (Ashford, 1993 in Claver & al, 2006) et les problèmes sérieux de pollution liés à certains secteurs (Claver & al, 2006) constituent une barrière au développement d'un management environnemental.

5.2 Taille

Il est communément admis que la taille est le facteur de contingence le plus influent sur le comportement écologique des firmes. Les grandes entreprises auront beaucoup moins des difficultés à adopter un comportement plus responsable que les PME (Persais, 1998a). Les investissements écologiques sont très coûteux et ne sont pas proportionnels au volume d'activité (technologies de dépollution, station d'épuration, etc). Cependant, les firmes de plus grande taille disposent d'importants moyens financiers et des compétences humaines plus abondantes pour tenir compte des questions environnementales (Gonzales-Benito & Gonzales-Benito, 2005a ; Sharma & Vredenburg, 1998). En plus, les grandes firmes en tant que leaders sont beaucoup plus susceptibles d'être la cible des pressions énormes exercées par les parties prenantes puisqu'elles sont des modèles à suivre (Dobers, 1997) et leurs impacts

sur la biosphère sont beaucoup plus visibles (Henriques & Sadorsky, 1996). De même, le formalisme augmente avec la taille de l'entreprise facilitant ainsi la mise en place d'un système de management environnemental (Meritt, 1998).

En se basant sur la perspective basée sur les ressources, Aragon-Correa & al (2004) avaient conclu que le degré d'engagement environnemental est beaucoup plus important dans les PME. En effet, les capacités organisationnelles spécifiques des PME basées sur les caractéristiques uniques tels que les courts circuits de communication, une meilleure interaction, une vision claire des dirigeants, la flexibilité et l'orientation entrepreneuriale la gestion des relations externes améliorent le niveau de proactivité environnementale (Aragon-Correa & al, 2004).

5.3 Affiliation internationale

Ce facteur contextuel nous renseigne principalement sur le degré d'autonomie juridique d'une firme. Il permet de localiser les sources de pouvoir internes et d'évaluer la dépendance de l'entreprise vis-à-vis des acteurs et des organismes externes. Les firmes opteront pour des comportements plus respectueux du patrimoine naturel en réponse aux pressions subies par leurs sociétés mères soucieuses de leur notoriété écologique (Roy & Lagacé, 2000). De même, les groupes écologistes intensifient leurs pressions sur les filiales qui à leurs yeux disposent des ressources financières plus importantes en raison de leur appartenance à des groupes industriels très puissants.

L'appartenance des entreprises à des groupes multinationaux affecte positivement le développement des activités pro environnementales en raison des transferts des connaissances et des expériences entre les filiales facilitant l'adoption des nouvelles pratiques ainsi que la tendance des sociétés mères à définir une politique environnementale en fonction des demandes écologiques les plus rigoureuses dans les pays où elles commercialisent leurs produits (Buisse & Verbeke, 2003 ; Gonzales-Benito & Gonzales-Benito, 2005a).

5.4 Orientations stratégiques

Les choix stratégiques des entreprises influencent significativement leurs comportements écologiques. A travers une étude empirique, Aragón-Correa (1998) avaient conclu que les entreprises qui s'intéressent à l'innovation ont une tendance beaucoup plus visible à s'engager en faveur de l'environnement. En effet, la modification des procédés industriels et

l'instauration des nouvelles méthodes dans un objectif de dépollution sont principalement des solutions technologiques. Par conséquent, Roy & Lagacé (2000) stipulent que les entreprises ayant mis en œuvre une politique technologique plus agressive emploient des procédés de production plus performantes, utilisent des nouvelles méthodes d'expérimentation et investissent dans la recherche et développement, auront beaucoup plus de facilité à intégrer la variable environnementale au sein de leurs organisations.

Tout comportement écologique ne doit pas compromettre les priorités stratégiques de l'entreprise. Selon Froman & al (2000), il existe de nombreuses analogies entre le système management de la qualité et le système management environnemental. Une organisation ayant une stratégie qualité serait un terrain propice à l'intégration de la dimension écologique. Donc, l'adoption d'un comportement responsable sera plus accessible aux firmes incorporant la qualité parmi leurs priorités compétitives. Les firmes ayant une orientation basée sur le marché perçoivent les pressions environnementales plus intensément répondant ainsi par l'implantation des pratiques environnementales. (Luo, 2001 ; Gonzales-Benito & Gonzales-Benito, 2006).

5.5 Flexibilité industrielle

Sanchez & Mckinley (1998) admettent que la stratégie industrielle d'une firme influence énormément son engagement environnemental. Ayant déjà investi dans des technologies modernes, certaines entreprises n'ont pas l'intention d'investir dans des nouveaux procédés plus propres. Dans cette perspective, une plus grande flexibilité des systèmes de production permet de modifier les procédés mis en place dans un sens plus vert. De même, Klassen & Angel (1998) avaient proposé des domaines de flexibilité industrielle qui supportent et facilitent une plus grande proactivité environnementale.

Hypothèse 5 : Les facteurs de contingence et externes déterminent le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 5.a : Le secteur d'activité détermine le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 5.b : La taille détermine le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 5.c : L'affiliation internationale détermine le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 5.d : Les orientations stratégiques déterminent le comportement écologique des entreprises.

Hypothèse 5.e : La flexibilité industrielle détermine le comportement écologique des entreprises.

En reprenant les déterminants et les types des comportements écologiques des entreprises, nous allons essayer d'esquisser un modèle conceptuel.

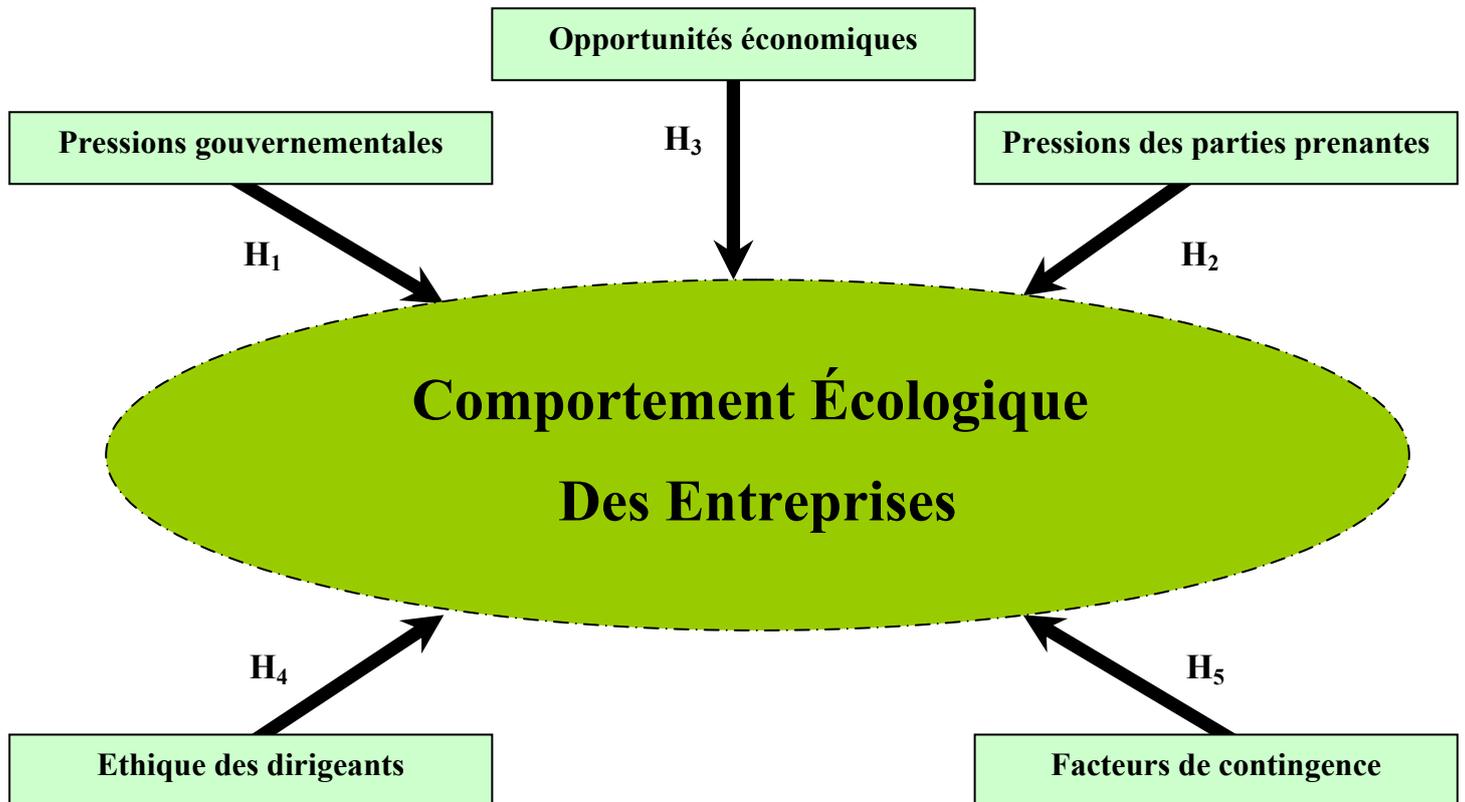


Figure n°1 : « *Modèle conceptuel des déterminants du comportement écologique* »

6. INVESTIGATION EMPIRIQUE

Après avoir effectué une revue approfondie de la littérature qui a débouché sur un modèle théorique regroupant les déterminants du comportement écologique des entreprises, nous mènerons une enquête auprès d'un échantillon des entreprises tunisiennes oeuvrant dans le secteur chimique pour tester la validité des hypothèses prédéfinies

6.1 Échantillon

Afin de tester empiriquement nos hypothèses de départ, le secteur chimique avait été sélectionné comme un terrain d'investigation de notre recherche. Le caractère sensible des activités chimiques porteuses des nuisances sérieuses à l'encontre de l'environnement naturel justifie le choix d'un tel secteur. Notre échantillon est composé de 35 firmes réparties en plusieurs sous secteurs.

6.2 Opérationnalisation du modèle

Un questionnaire avait été réalisé afin de répondre à notre question de recherche. Il comprend les items permettant d'apprécier la variable dépendante (comportement écologique) et les variables indépendantes (pressions gouvernementales, pressions des parties prenantes, opportunités économiques, éthique des dirigeants et facteurs de contingence). Les interviewés seront les responsables du service environnement ou les dirigeants des entreprises.

Afin d'appréhender le comportement écologique, certains chercheurs avaient réalisé des travaux conceptuels et des études empiriques se basant sur un nombre de stages progressifs allant de la réactivité jusqu'à la proactivité (Butel-Bellini, 2003 ; Buysse & Verbeke, 2003 ; Henriques & Sadorsky, 1999 ; Hunt & Auster, 1990, Roome, 1992). Selon cette perspective, les entreprises suivent un chemin linéaire unidimensionnel pour montrer leur préoccupation envers l'environnement naturel. En d'autres termes, un pas envers la proactivité signifie un degré élevé d'engagement environnemental. D'autres chercheurs avaient classé les pratiques environnementales dans des dimensions qui permettent de déterminer le degré d'engagement environnemental des entreprises (Aragon-Correa (1998) ; Gonzales-Benito & Gonzales-Benito 2005b ; Klassen & Angell, 1998 ; Reynaud & Chandon, 1997). Enfin, d'autres études avaient apprécié le degré l'engagement environnemental à travers la performance environnementale qui l'avaient défini comme étant le degré d'impact de leurs activités sur le milieu naturel (Klassen & Mclaughlin, 1996 ; Russo & Fouts, 1997 ; Lefebvre & Lefebvre, 1999 ; Wagner & al, 2001 ; Wagner, 2005a ; Claver & al, 2006). Nous allons recourir à la typologie de Roome (1992) pour mesurer le comportement écologique des entreprises. Cette typologie se base sur le degré de réactivité et de proactivité des pratiques environnementales allant de « plus réactive » jusqu'à « plus proactive ».

Comportements écologiques	Pratiques
<i>Non conforme</i>	Ne pas respecter la réglementation
<i>Conforme</i>	Se limite au respect de la réglementation
<i>Conforme-plus</i>	Mettre en œuvre une politique environnementale
<i>Excellence environnementale</i>	Intégration de l'environnement dans le management
<i>Leader</i>	Lutte pour être leader dans leur secteur

Tableau n°1 : « Typologie des comportements écologiques » (Roome, 1992).

Nous mesurons les variables indépendantes en interrogeant les répondants sur l'importance des pressions gouvernementales, des pressions des parties prenantes, des opportunités économiques et de l'éthique des dirigeants. Les répondants utiliseront une échelle de Likert à sept points allant de « aucune importance (1) » jusqu'à « très important (7) ». La taille de l'entreprise est mesurée par le nombre des employés, le secteur d'activité est apprécié par des variables faisant la distinction entre les sous secteurs de la chimie, l'affiliation internationale est mesurée par deux variables binaires indiquant l'appartenance ou non de l'entreprise à une firme multinationale, l'orientation stratégique est appréciée via trois variables à savoir la qualité, l'innovation et le marché, et enfin la flexibilité industrielle est mesurée par l'âge des équipements en cinq années. Nous avons utilisé l'analyse en composantes principales qui a débouché sur cinq facteurs représentant les déterminants du comportement écologique et expliquant 67.25% de la variance totale.

Items	Facteur 1	Facteur 2	Facteur 3	Facteur 4	Facteur 5
- Réglementation	0.879	0.136	0.174	0.125	0.004
- Instruments économiques	0.812	0.021	0.346	0.254	0.213
- Pressions des actionnaires	0.154	0.525	0.014	0.001	0.159
- Pressions du personnel	0.231	0.724	0.284	0.012	0.099
- Pressions des consommateurs	0.004	0.628	0.022	0.119	0.153
- Pressions des distributeurs	0.224	0.510	0.118	0.353	0.178
- Pressions des compagnies d'assurance	0.002	0.598	0.386	0.009	0.054
- Pressions des banques	0.009	0.619	0.299	0.099	0.385
- Pressions des associations écologistes	0.268	0.526	0.045	0.046	0.246
- Pressions des organismes publics et sectoriels	0.111	0.801	0.163	0.259	0.241
- Motivations marketing	0.361	0.125	0.717	0.014	0.101
- Différenciation concurrentielle	0.017	0.321	0.822	0.055	0.078
- Rentabilité	0.089	0.004	0.763	0.156	0.046
- Ethique des dirigeants	0.172	0.019	0.009	0.742	0.001
- Taille	0.007	0.284	0.122	0.128	0.849
- Secteur d'activité	0.055	0.136	0.396	0.352	0.682
- Affiliation internationale	0.096	0.389	0.421	0.047	0.641
- Orientation stratégique	0.114	0.246	0.004	0.036	0.596
- Flexibilité industrielle	0.073	0.095	0.011	0.248	0.611
Variance Total Expliquée : 67.25%					

6.3 Méthode d'administration du questionnaire

Le choix de la méthode d'administration du questionnaire influence quantitativement ou qualitativement les informations fournies. Dans la littérature, nous trouvons une variété des méthodes d'administration des questionnaires dont les plus connues sont les suivantes : l'enquête par téléphone, l'enquête par la poste et l'enquête personnelle. Cette dernière avait été choisie et ceci pour les avantages suivants :

- Adapter le questionnaire pour le répondant, en fait nous pouvons procéder à des clarifications et des explications pour des questions relativement difficiles.

- S'assurer que les réponses sont bien celles du répondant voulu, ce qui n'est pas le cas pour les autres méthodes.

Parfois, les entreprises ne disposent pas d'un service environnement nous obligeant à s'entretenir avec les chefs d'entreprises qui affichent parfois leur manque de disponibilité. Toutefois, le sujet abordé était fort intéressant initiant parfois un débat sur les enjeux environnementaux de la Tunisie. Les données recensées via le questionnaire avaient été traitées par le logiciel SPSS.

6.4 Analyse des résultats

L'objectif de ce travail de recherche serait de vérifier la pertinence des déterminants du comportement écologique des entreprises que nous avons pu extraire au niveau théorique. Pour y répondre, nous avons élaboré un modèle qui se prête à une analyse par régression.

$$ENV_i = a_0 + a_1 REG + a_2 INS + a_3 ACT + a_4 PER + a_4 CON + a_5 DIS + a_6 ASR + a_7 BAN + a_8 ASS + a_9 OPS + a_{10} MKA + a_{11} DFC + a_{12} RTB + a_{13} ETH + a_{14} TAI + a_{15} SEC + a_{16} AFI + a_{17} ORS + a_{18} FXI + \epsilon_i$$

La régression au sens des moindres carrée a été réalisée par le logiciel SPSS. Les résultats de la régression révèlent que le modèle de recherche est bien spécifié avec un coefficient de détermination de 14.2%, un coefficient de détermination ajusté de 12.9% et une statistique de Fisher de 5,321.

Variables indépendantes	Coefficients	Valeur P
- Réglementation	0.245***	0.000
- Instruments économiques	0.084***	0.002
- Pressions des actionnaires	0.387	0.987
- Pressions du personnel	0.217**	0.045
- Pressions des consommateurs	0.321	0.321
- Pressions des distributeurs	0.378	0.678
- Pressions des compagnies d'assurance	0.284	0.284
- Pressions des banques	0.265	0.565
- Pressions des associations écologistes	0.745	0.745
- Pressions des organismes publics et sectoriels	0.157*	0.087
- Motivations marketing	0.756	0.756
- Différenciation concurrentielle	0.897	0.897
- Rentabilité	0.324	0.324
- Ethique des dirigeants	0.057	0.981
- Taille	0.214***	0.001
- Secteur d'activité	0.354**	0.014
- Affiliation internationale	0.288***	0.002
- Orientation stratégique	0.146*	0.074
- Flexibilité industrielle	0.324*	0.055
R²		0.142
R² ajusté		0.129
F		5.321

*** Coefficient significatif au seuil de 1%.

** Coefficient significatif au seuil de 5%.

* Coefficient significatif au seuil de 10%.

6.4.1 Influence des pressions gouvernementales

La réglementation et les instruments économiques en matière de protection de l'environnement naturel mis en place par le gouvernement tunisien déterminent d'une manière très significative le comportement écologique des entreprises. En effet, le caractère dissuasif de la réglementation environnementale oblige les entreprises à adopter un comportement plus responsable. Nous pouvons citer titre d'exemple la loi n°91-362 contraignant les entreprises à réaliser des études d'impact en analysant les dommages qui peuvent être engendrés par leurs activités, les actions à entreprendre et les coûts de leur mise en œuvre. De même, la loi n° 2001-14 interdit les déversements des déchets dans les milieux naturels sous peine d'une amende de 100 à 50000 dinars et une peine de prison entre 2 mois et 2 ans. Les firmes tunisiennes essayent d'éviter les infractions réglementaires qui peuvent se traduire non seulement par des pénalités très élevées mais aussi par des poursuites judiciaires remettant en cause leur légitimité auprès des pouvoirs publics. De même, les instruments économiques, principalement les aides financières encouragent d'une manière significative un engagement environnemental des industriels tunisiens. Le fonds de dépollution FODEP octroie des subventions plafonnées à hauteur de 20% de l'investissement environnemental et des crédits majorés d'un taux inférieur au TMM et remboursable sur une dizaine d'années. En plus l'Etat exonèrent les équipements de dépollution non disponibles sur le marché local des droits de douane.

6.4.2 Influence des pressions des parties prenantes

Les pressions exercées par les parties prenantes sont très faibles voire inexistantes pour infléchir les comportements des entreprises polluantes. A exception du personnel ou des organismes publics et sectoriels, le degré de conscience des problèmes écologiques chez les autres parties prenantes n'a pas atteint un niveau suffisant pour qu'il soit à l'origine de l'intégration de la dimension écologique par les entreprises tunisiennes.

Le personnel, principalement les ouvriers sont les premières victimes des procédés industriels polluants. Par conséquent, les employés exigent de la part des leurs firmes qui les emploient l'installation des procédés se basant sur des technologies moins polluantes. Les organismes publics et sectoriels disposent d'un pouvoir coercitif sur les entreprises exerçant leurs activités sous leur égide. Ces organismes s'inspirent de la politique gouvernementale pour inciter les firmes polluantes à agir en faveur de l'environnement naturel

6.4.3 Influence des opportunités économiques

Les entreprises chimiques enquêtées considèrent l'intégration la dimension écologique dans la conduite de leurs activités comme un obstacle majeur à tout processus de développement. Dans cette perspective, elles ne voient pas dans un comportement responsable des avantages en termes de marketing, de différenciation concurrentielle ou de rentabilité. Il n'existe pas de marché vert en Tunisie, d'où l'absence des vraies opportunités économiques incitant les industriels à s'engager dans un sens plus vert.

6.4.4 Influence de l'éthique des dirigeants

Les considérations éthiques des managers n'ont aucun effet dans l'intégration de la dimension écologique. Tout comme les citoyens, les dirigeants des firmes chimiques enquêtées n'affichent aucune responsabilité envers les questions écologiques. Ils se positionnent toujours dans l'approche classique considérant l'environnement naturel comme une contrainte freinant toute possibilité de rentabilité.

6.4.5 Influence des facteurs de contingence

Les facteurs de contingence jouent un rôle prépondérant dans l'intégration de la dimension environnementale par les firmes enquêtées. Les entreprises de petite taille se contentent de non conformité ou de conformité à la réglementation en vigueur tandis que les grandes entreprises généralement des filiales des firmes multinationales vont au delà des normes imposées en intégrant la variable écologie dans leur management. De même, les entreprises ayant implanté une démarche qualité ou un programme d'innovation se caractérisent par un meilleur engagement environnemental. Même si certaines firmes chimiques affichent une volonté en faveur de actions pro environnementales, une flexibilité assez faible des procédés mis en place les empêche d'agir de ce sens.

Conclusion

Les problèmes environnementaux sont devenus l'enjeu le plus marquant du monde contemporain. En effet, les nuisances environnementales ont dépassé les frontières nationales pour devenir un problème planétaire menaçant la survie des générations futures. Face à ce défi majeur, les entreprises industrielles sont montrées de doigt comme étant les principaux accusés de toute altération de la biosphère.

Après une période d'indifférence total des problèmes écologiques, les industriels ont commencé à introduire de plus en plus des pratiques environnementales. Une synthèse de la littérature nous a permis de détecter les facteurs qui déterminent le niveau d'engagement écologique des entreprises. La réglementation environnementale devenue plus menaçantes et les instruments économiques plus incitatifs obligent les firmes polluantes à adopter un comportement plus responsable. De même, les problèmes environnementaux ont favorisé l'émergence d'une certaine sensibilité écologique chez l'opinion publique qui s'est transformé en des pressions exercées par les parties prenantes sur les entreprises pour qu'elles agissent dans un sens plus vert.

Les firmes ne se préoccupent pas de l'environnement naturel sous la contrainte, mais aussi pour saisir certaines opportunités économiques expliquées essentiellement par l'apparition d'un marché vert et par les possibilités des gains supplémentaires via certaines pratiques environnementales. Toutefois, ce n'est pas toujours sous les contraintes ou pour saisir les opportunités que les entreprises adoptent des stratégies environnementales mais aussi pour l'existence d'un sens éthique de leurs dirigeants conscients de la gravité de la dégradation du patrimoine naturel. Notons enfin le rôle majeur des facteurs de contingence dans le niveau de responsabilité environnementale des entreprises.

Les déterminants du comportement écologique recensés au niveau théorique ne s'appliquent pas tous à l'industrie chimique tunisienne. L'application de notre modèle conceptuel dans le secteur chimique tunisien avait montré le rôle déterminant des pressions gouvernementales, des facteurs de contingence ainsi que des pressions émanant du personnel et des organismes publics et sectoriels dans l'intégration de la dimension écologique par les entreprises. Les dirigeants et les parties prenantes moins conscients des problèmes environnementaux envisagent les actions vertes comme une aventure pouvant compromettre leurs propres intérêts. En effet, le comportement écologique est plutôt réactif mais déterminé en grande partie par les facteurs de contingence. Ainsi, une question émerge : même en s'engageant en faveur de l'environnement naturel sous la contrainte, les entreprises peuvent elles en tirer profit ?

Bibliographie

- Álvarez-Gil M.J, Burgos-Jiminéz J & Céspedes-Lorente J.J (2001)**, « An analysis of environmental management, Organizational context and performance of Spanish hotels », *Omega*, Vol 29, pp457-471.
- API (2007)**., « Les industries chimiques », *Agence de Promotion Industrielle*, in www.tunisieindustrie.tn
- Aragon-Correa J.A (1998)**, « Strategic proactivity and firm approach to the natural environment », *Academy of Management Journal*, Vol 41, n°5, pp556-567.
- Aragon-Correa J.A, Matias-Reche F & Senise-Barrio M.E (2004)**, « Managerial discretion and corporate commitment to the natural environment », *Journal of Business Research*, vol 57, pp964-975.
- Aragon-Correa J.A, Hurtado-Torres N, Sharma S, Garcia-Morales V.J (2006)**, « Environmental strategy and performance in small firms : A resource-based perspective », *Journal of Environmental Management*, in press, 16p.
- Arora S & Cason T.N (1995)**, « An experiment in voluntary environmental regulations : participation in EPAs 30/50 program », *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol 28, n°3, pp271-286.
- Bansal P & Roth K (2000)**., « Why companies go green : A model of ecological responsiveness », *Academy of Management Journal*, Août, Vol 43, n°4, pp717-748.
- Boiral O & Jolly D (1992)**., « Stratégie, compétitivité et écologie », *Revue Française de Gestion*, n° 89, Juin-Juillet-Août, pp80-95.
- Boiral O (1998)**., « Réduire la pollution par la mobilisation des travailleurs », *Revue Internationale de Gestion*, Vol 23, n°1, pp20-29.
- Boiral O (1998)**., « Réduire les impacts environnementaux par l'implication des travailleurs », *Revue Internationale de Gestion*, vol 23, n°2, pp20-28.
- Boiral O (1997)**., « Protéger l'environnement naturel et la santé des travailleurs », *Revue Internationale de Gestion*, vol 22, n°4, pp49-55.
- Brulhart M & Jametti M (2006)**., « Vertical versus horizontal tax externalities: An empirical test », *Journal of Public Economics*, vol 90, n°10-11, pp2027-2062.
- Brunnermeier & Cohen (2003)**, « Determinants of environmental innovation in US manufacturing industries », *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol 45, pp278-293.
- Bürgenmeier B (2003)**, *Economie du développement durable*, De Boeck, p297.
- Butel-Bellini B (2003)**., « Un nouvel enjeu stratégique pour l'entreprise : la prise en compte de la protection de l'environnement dans son management, Etat des lieux et perspectives », *Congrès de l'AIMS*, p21.
- Buyse K & Verbeke A (2003)**, « Proactive environmental strategies : a stakeholder management perspective », *Strategic Management Journal*, Vol 24, n°5, pp453-470.
- Catin (1985)
- Céspedes-Lorente J, Burgos-Jiminéz J & Álvarez-Gil M.J (2003)**, « Stakeholders' environmental influence : An empirical analysis in the spanish hotel industry », *Scandinavian Journal of Management*, Vol 19, pp333-358.
- Claver Enrique, Lopez Maria D, Molina José F & Tari Juan J (2006)**, « Environmental management and firm performance », *Journal of Environmental Management*, In press.
- Cormier D, Magnam M & Morard B (1993)**., « The impact of corporate pollution on market valuation: some empirical evidence », *Ecological Economics*, vol 8, n°2, pp135-156.

Dobers P (1997), « Strategies for environmental control : a comparison between regulation and centralized control in Germany and reforms leading to decentralized control in Sweden », *Business Strategy and the environment*, Vol 6, n°1, pp34-45.

Dontenwill E (2005), « Comment la théorie des parties prenantes peut-elle permettre d'opérationnaliser le concept de développement durable pour les entreprises », *Direction et Gestion*, Janvier-Avril, n°211-212, pp85-96.

Ewald F (2005), « Assurance et développement durable », *Revue Française de Marketing*, Décembre, n°200, pp9-12.

Folus D (2003), « Apports de l'assurance et des marchés de capitaux à la gestion des risques environnementaux », *XII^{ème} Conférence de l'AIMS 6 juin 2003, les cotés de Carthage, Tunisie*.

Foster S.T, Sampson S.E & Dunn S.C (2000), « The impact of customer contact on environmental initiatives for services firms », *International Journal of Operations and production management*, Vol 20, n°2, pp187-203.

Froman B, Gey J.M & Laurans B (1998), *Qualité et environnement : Vers un système de management intégré*, Afnor.

Gonzales-Benito J & Gonzales-Benito O (2005a), « A study of the motivations for the environmental transformation of companies », *Industrial Marketing Management*, Vol 34, pp462-475.

Gonzales-Benito J & Gonzales-Benito O (2005b), « Environmental proactivity and business performance : an empirical analysis », *The International Journal of Management Science*, vol 33, pp1-15.

Gonzales-Benito O & Gonzales-Benito J (2006), « Implications of market orientation on the environmental transformation of industrial firms », *Ecological Economics*, In Press.

Hamilton J.T (1995), « Pollution news : as media and stock market reactions to the toxics release inventory », *Journal of Environmental Economics and Management*, vol 28, n°1, pp98-113.

Henriques I & Sadorsky P (1996), « The determinants of an environmentally responsive firm : an empirical approach », *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol 30, pp381-395.

Henriques I & Sadorsky P (1999), « The relationship between environmental commitment and managerial perceptions of stakeholder importance », *Academy of Management Journal*, Vol 42, n°1, pp87-99.

Hirèche L (2004), « L'influence de l'éthique des managers sur le comportement au travail et la performance organisationnelle : esquisse d'un modèle conceptuel », *AGRH 2004*.

Hood P & Bubna-Litic D (2000), « Drivers of environmental change in organizations », *Faculty of Business School of Management, University of Technology, Sydney, Working Paper*.

Hunt C.B & Auster E.R (1990), « Proactive Environmental Management : avoiding the toxic trap », *Sloan Management Review*, Winter, pp7-18.

Huybrechts B, Mertens S & Xhaufleur V (2006), « Les interactions entre l'économie sociale et la responsabilité sociale de l'entreprise », *Revue Internationale de Gestion*, Été, Vol 31, n°2, pp65-74.

Kagan R.A, Gunningham N & Thornton D (2003), « Explaining corporate environmental performance how does regulation matter ? », *Law and Society Review*, vol 37, pp51-90.

Kaptein M (2003), « The Diamond of managerial integrity », *European Management Journal*, Février, Vol 21, n°1, pp99-108.

King A.A & Lioy M.J (2000), « Industry self-regulation without sanctions: the chemical industry's responsible care program », *Academy of Management Journal*, Août, Vol 43, n°4, pp698-716.

- Konar S & Cohen M.A (2001)**, « Does the market value environmental performance? », *The Review of Economics and Statistics* », vol 83, n°2, pp 281-289.
- Klaassen G & Riahi K (2007)**, « Internalizing externalities of electricity generation : an analysis with MESSAGE-MACRO », *Energy policy*, Vol 35, pp815-827.
- Klassen R.D & Mclaughlin C (1996)**., « The impact of environmental management on firm performance », *Management Science*, vol 42, n°8, Août, pp1199-1213.
- Klassen Robert D & Angel Linda C (1998)**, « An international comparison of environmental management in operations : the impact of manufacturing flexibility in the U.S and Germany », *Journal of Operations Management*, Vol 16, pp177-194.
- Lanoie P & Laplante B (1992)**., « Des billets verts pour des entreprises vertes », *Revue Internationale de Gestion*, novembre, pp41-47.
- Lefebvre E & Lefebvre L (1999)**., « Determinants and impacts of environmental performance in SMEs », Working paper, *Ecole polytechnique de Montréal*.
- Louppe A & Racaboy A (1994)**., « Consumérisme vert et démarche marketing », *Revue Française de Gestion*, Printemps, vol 98, pp36-47.
- Luo Y (2001)**, « Determinants of local responsiveness : perspectives from foreign subsidiaries in a emerging market », *Journal of Environmental Management*, Vol 27, pp451-477.
- Meritt Q (1998)**, « Environmental managaement into SME won't go ? attitudes, awareness and practices in the London borough of crodoyon », *Business Strategy and the environment*, Vol 7, n°2, pp90-100.
- Pasquero J (1980)**, « L'entreprise face aux pressions socio-politiques de son environnement », *Cerag-Université*, Grenoble II, papier de recherche.
- Persais E (1998a)**., « La relation entre l'organisation et son environnement : le cas de l'écologie », *Revue Française de Marketing*, n°167, 2^{ème} trimestre, pp27-41.
- Persais E (1998b)**., « L'entreprise face aux pressions écologistes », *Anales des mines*, Octobre, pp13-23.
- Quairel F & Auberge M.N (2005)**., « Management responsable et PME : une relecture de concept de responsabilité sociétale de l'entreprise », *Direction et Gestion*, Janvier-Avril, n°211-212, pp111-126.
- Reynaud E & Chandon J.L (1997)**., « Les cinq familles de comportements de protection de l'environnement des entreprises : une approche basée sur la théorie des contrats et l'économie des conventions », *Congrès de l'AIMS*, p25.
- Robins N (1992)**, L'impératif écologique : l'entreprise européenne parie sur l'environnement, Calmann-Lévy, p 325.
- Romme N (1992)**., « Developing environmental management strategies », *Business Strategy and the environment*, vol 1, n°1, pp11-24.
- Roy M.J & Lagacé D (2000)**., « Orientation stratégique, pratiques manufacturières et engagement environnemental », *Gestion 2000*, Juillet-Août, pp103-118.
- Russo M.V & Fouts P.A (1997)**, « A resource based perspective on corporate environmental performance and profitability », *Academy of Management Journal*, Vol 40, n°3, pp534-559.
- Salamitou Jacques (2004)**., *Management environnemental : application à la norme ISO 14001 révisée*, Dunod, p274.
- Sanchez C.M & Mckinley W (1998)**., « Regulatory influence on product innovation : the contingency effects of organizational characteristics », *Journal of Engineering and Technology Management*, vol 15, n 4, pp257-278.
- Sharma S & Henriques I (2005)**., « Stakeholder influences on sustainability practices in the Canadian forest product industry », *Strategic Management Journal*, Vol 26, pp159-180.
- Sharma S & Vredenburg H (1998)**, « Proactive corporate environmental strategy and the development of competitively valuable organizational capabilities », *Strategic Management Journal*, Vol 19, n°8, pp729-753.

Sharma S (2000)., « Managerial interpretations and organizational contexts as predictors of corporate choice of environmental strategy », *Academy of Management Journal*, Août, Vol 43, n°4, pp681-697.

Shrivastava P (1995)., « Environmental technologies and competitive advantage », *Strategic Management Journal*, vol 16, pp183-200.

Trittin J (2002)., « Dans le secteur financier », *ISO Management Systems*, mars-avril, pp18-20.

Viardot E (1994)., *Ecologie et entreprise : les leçons de l'expérience*, L'Harmattan, 209p.

Wagner M (2005a)., « How to reconcile environmental and economic performance to improve corporate sustainability : corporate environmental strategies in the European paper industry », *Journal of environmental management*, vol 115, pp105-118.

Wagner M, Schaltegger S & Wehermeyer W (2001)., «The relationship between the environmental and economic performance of firms », *Greener Management International*, vol 34, pp95-108.