



# perspective de recherche

Valoriser la démarche de développement durable

## La responsabilité sociale des entreprises innovatrices améliore la satisfaction des clients et par conséquent le rendement financier

### RÉSUMÉ

La présente étude vise à déterminer si les activités de responsabilité sociale des entreprises (RSE) qui contribuent à la satisfaction des consommateurs améliorent également leur rendement financier à long terme. L'étude conclue que les activités de RSE ont un rendement positif ou négatif en fonction du niveau d'innovation de l'entreprise et de la qualité de ses produits. Les entreprises qui pratiquent des activités de RSE obtiennent des rendements financiers plus élevés lorsqu'elles créent des produits innovateurs et de grande qualité. Cependant, dans les entreprises plus conservatrices, les initiatives de RSE peuvent au contraire abaisser la valeur au marché. Les gestionnaires peuvent exploiter la RSE pour augmenter leur rendement en harmonisant la stratégie de l'entreprise et ses initiatives de RSE ainsi qu'en maintenant la qualité et le caractère innovateur de ses produits.

### CONTEXTE

Il a été démontré que la RSE profite aux entreprises dans la mesure où elle accroît la bonne volonté des clients et renforce l'engagement des employés. Jusqu'à 90 % des entreprises Fortune 500 se livrent à des activités de RSE, mais le lien entre ces activités et la valeur au marché n'est pas clairement établi. La présente étude examine de quelle manière la satisfaction des clients permet d'établir un lien entre la RSE et la valeur au marché. Elle analyse également le rôle joué par l'innovation et la qualité des produits sur ce lien.

### FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

**Dans les entreprises qui offrent des produits innovateurs et de qualité élevée, les activités de RSE améliorent la satisfaction de la clientèle et, ainsi, accroissent les rendements financiers.** Des activités de RSE associées à des produits innovateurs et de bonne qualité assurent l'attachement des consommateurs, puis leur fidélité. Pour une entreprise dont la valeur au marché atteignait approximativement 48 milliards de dollars, une légère augmentation de sa note RSE s'est soldée par une augmentation des bénéfices moyens d'environ 17 millions de dollars au cours des exercices suivants.

**Dans les entreprises qui n'innovent pas, les activités de RSE diminuent la satisfaction des clients et, par conséquent, nuisent au rendement financier.** La valeur au marché de l'entreprise peut chuter si les consommateurs cessent d'acheter des produits qui ne répondent plus à leurs besoins. Lorsque les entreprises qui n'innovent pas utilisent leurs ressources à des initiatives de RSE (plutôt que pour tenter d'améliorer leurs produits), les consommateurs perçoivent ces efforts comme des tentatives de manipulation. Le manque d'innovation montre également que l'entreprise n'est pas compétitive. Cette absence de compétitivité l'emporte sur les bénéfices de la RSE et sème le doute dans l'esprit des investisseurs sur les résultats futurs de l'entreprise.

### IMPLICATIONS POUR LES GESTIONNAIRES

**Produisez des technologies, des produits et des services innovateurs et de grande qualité.** L'entreprise répondra ainsi aux besoins changeants des consommateurs et renforcera leur sentiment d'attachement. Les activités de RSE pourront alors augmenter le rendement financier de l'entreprise. Par exemple, Starbucks a réussi à bâtir un capital-marque élevé et à mettre en place des initiatives de RSE fructueuses en collaboration avec l'organisation caritative CARE grâce à la qualité supérieure de ses produits, à ses capacités d'innovation et à ses compétences pour répondre aux besoins des consommateurs.

Résumé par Lauren Rakowski et l'équipe du Réseau

### Intégrez les activités de RSE à la stratégie de votre entreprise pour aller au-delà de la simple philanthropie.

De grandes entreprises telles que United Parcel Service, Alcoa et Verizon Communications investissent dans une multitude d'initiatives destinées aux employés, notamment dans des activités de formation et de sécurité. Ces entreprises offrent également des programmes d'employés-bénévoles qui bénéficient d'une large publicité dans les collectivités locales et retiennent positivement l'attention des consommateurs. De plus, ces initiatives favorisent le sentiment de fierté des employés vis-à-vis leur entreprise, ce qui contribue à améliorer la satisfaction des clients et la valeur au marché.

### IMPLICATIONS POUR LES CHERCHEURS

La présente étude ajoute aux recherches précédentes en mettant à jour le rôle joué par la satisfaction de la clientèle dans la relation entre les initiatives de RSE et une performance financière accrue. Les recherches futures pourront s'efforcer d'expliquer pour quelles raisons la valeur au marché des entreprises qui mettent en oeuvre des activités de RSE mais innovent peu diminue. Elles pourront, par exemple, répondre à la question suivante : Les entreprises moins compétentes investissent-elles dans des activités de RSE moins influentes, telles que les dons en espèces, ce qui diminue la satisfaction de la clientèle et les rendements?

### MÉTHODES

La présente étude s'est servie de données longitudinales pour évaluer le lien entre la RSE et la valeur au marché d'une entreprise. Les données provenant de COMPUSTAT, FAMA, ACSI, CMR et CRSP ont été recueillies sur des entreprises Fortune 500 couvrant la période de 2001 à 2004. La valeur au marché a été mesurée à l'aide du Q de Tobin et des rendements des actions.

### RÉFÉRENCE

Luo, Xueming et C.B. Bhattacharya (2006). [Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value](#). *Journal of Marketing*, 70(4): 1 à 18.

### PROCHAINES ÉTAPES

Consultez d'autres [Perspectives de recherche](#) sur le sujet.

[Écrivez-nous](#) vos questions et vos commentaires.

Visitez la section [Valoriser le développement durable](#) sur notre site.