



Une bonne réputation en matière de RSE atténue la chute du cours des actions en temps de crise

RÉSUMÉ

La présente étude conclue que la réputation en matière de responsabilité sociale d'entreprise (RSE) protège les actions des entreprises contre les chutes des cours en période de crise. Les auteurs ont étudié les réactions des investisseurs à la suite de l'échec du sommet de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) à Seattle en 1999. Les auteurs ont recueilli des données secondaires auprès de 416 entreprises américaines classées Fortune 500 et ont conclu que le cours des actions des entreprises qui ne bénéficiaient d'aucune réputation en matière de RSE baissait davantage que celui des entreprises qui cultivaient une réputation d'entreprise socialement responsable.

CONTEXTE

Les preuves d'une relation entre la RSE et la performance financière sont mitigées, en partie par le fait que la plupart des études se concentrent sur l'impact qu'a la RSE sur les nouvelles positives. En revanche, l'impact de la réputation en matière de RSE d'une entreprise sur sa performance financière en temps de crise est peu souvent analysé.

Bien que les gestionnaires portent de plus en plus d'attention à la RSE, les preuves empiriques convaincantes sur l'avantage financier des investissements en RSE demeurent peu nombreuses. Les auteurs de cet article ont contribué à étoffer la documentation existante en se penchant sur le lien entre la réputation en matière de RSE et les rendements financiers des entreprises.

FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

Les auteurs ont conclu que la réputation en matière de RSE produisait des avantages financiers. Au cours de la crise qui a suivi l'échec du sommet de l'OMC à Seattle, le rendement économique des entreprises bénéficiant d'une réputation en RSE n'a fléchi que légèrement comparativement à celui des entreprises dépourvues de réputation en la matière, qui a, lui, baissé de près de 2,4 %. Les entreprises qui appartiennent à des industries caractérisées par une faible réputation en matière de RSE tirent les plus grands avantages de leur réputation dans ce domaine. Dans ces industries, les entreprises bénéficiant d'une bonne réputation en RSE ont connu un léger recul tandis que les entreprises dont la réputation est inexistante ont subi une baisse parfois supérieure à 3 %.

IMPLICATIONS POUR LES GESTIONNAIRES

Ces résultats peuvent justifier des investissements en RSE malgré le scepticisme des actionnaires, des employés et des conseils d'administration. Les chutes des cours commerciaux dont il est fait état dans la présente étude ont donné lieu, en moyenne, à des pertes de capitalisation boursière de 378 millions de dollars par entreprise.

IMPLICATIONS POUR LES CHERCHEURS

La présente étude offre au moins deux nouvelles pistes de recherche pour le futur : 1) l'étude des raisons qui poussent les investisseurs à agir (en particulier, la « méthodologie de l'événement » utilisée par les auteurs repose sur deux suppositions irréalistes selon lesquelles les investisseurs agissent de manière parfaitement rationnelle et les marchés sont parfaitement efficients) et; 2) l'étude des effets d'autres types de crises et de contextes afin de déterminer les conditions limites des résultats de la présente étude.

MÉTHODES

À l'aide d'une méthode d'étude des événements, les auteurs ont examiné les impacts de la réputation en matière de RSE sur les valeurs financières des entreprises en période de crise, notamment les réactions des investisseurs à l'échec du sommet de l'OMC à Seattle en 1999. Ils ont établi des comparaisons entre les différentes réactions sur les marchés à l'aide de données secondaires recueillies auprès de 416 entreprises du Fortune 500 aux États-Unis et complété les résultats obtenus à l'aide d'une méthode de régression classique des moindres carrés afin d'exclure les impacts des politiques commerciales découlant de l'échec du sommet comme justification possible des rendements des marchés.

CITATION

Schnietz, Karen E. et Epstein, Marc J. (2005). [Exploring the financial value of a reputation for corporate social responsibility during a crisis](#). *Corporate Reputation Review*, 7(4): 327-345.

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.