

LE MANAGEMENT DE L'INNOVATION ET LA RESPONSABILITÉ SOCIALE ET SOCIÉTALE DES ENTREPRISES: ETUDE DU CAS DE L'ENTREPRISE CEVITAL FOOD.

Souad Kasri- Boudache

Maitre assistante « A » à l'université A/MIRA de Bejaia,

Département des Sciences de Gestion,

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion.

Laboratoire de Recherche en Management et Techniques Quantitatives (RMTQ).

E-mail : Sbbejaia@yahoo.fr

Tel : 00213 667 75 22 78

Hocine Ifourah

Maître de conférence (A) à l'université A/MIRA de Bejaia,

Département des Sciences de Gestion,

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion.

Laboratoire de Recherche en Management et Techniques Quantitatives (RMTQ).

E-mail : ifourahocine@yahoo.fr

Tel : 00213 774 16 80 71

Naima Ayad

Maître de conférence (B) à l'université A/MIRA de Bejaia,

Département des Sciences de Gestion,

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion.

Laboratoire de Recherche en Management et Techniques Quantitatives (RMTQ).

E-mail : malek_naima@yahoo.fr

Tel : 00213 793344863

Date de réception:08/12/2019;**Date d'acceptation:**17/12/2019;**date de publication :**24/12/2019

Résumé : *Ce papier se veut pour objectif de décrire comment un engagement responsable dans le management de l'innovation est-il mis en évidence par l'entrepreneur privé CEVITAL FOOD, qui est l'une des entreprises les plus performantes en Algérie dans le secteur hors hydrocarbures et ayant intégré en 2017 la RSE dans sa vision managériale.*

L'étude exploratoire menée au sein de CEVTAL FOOD, a tenté de mettre en exergue l'engagement responsable de l'entreprise dans le management de l'innovation. Les résultats de l'étude ont montré d'une part, que les innovations introduites par ladite entreprise sont impulsées à la fois par des facteurs territoriaux, et ce notamment, par l'influence des parties prenantes, mais aussi par des facteurs internes.

Mots clés : *innovation, RSE, entrepreneur privé, innovation responsable.*

code jel : *O31 ,M14,L26,O39*

Abstract: *This paper aims at describing how a commitment in the management of innovation is applied by the private entrepreneur CEVITAL FOOD, which is considered as one of the most successful companies in Algeria in the non-hydrocarbon sector, and having integrated CSR in its managerial vision since 2017.*

The exploratory study within CEVTAL FOOD attempts to highlight the responsibility commitment of the company in the management of innovation. The results of the current study announce that the innovations introduced by this company are driven by the territorial factors, and in particular by the influence of the interested parties, but also by the internal factors.

Keywords: *Innovation, CSR, private entrepreneur, responsible innovation*

Jel code : *O31, M14, L26, O39*

Introduction

La mondialisation des économies et l'ouverture des marchés, ainsi que, la prolifération des technologies poussent les entreprises à agir pour dans le but de faire face à la concurrence et défendre ses marchés. En effet, la théorie économique nous enseigne que, la réussite d'une entreprise repose à la fois sur les pratiques managériales qu'elle développe en son sein ainsi que sur sa gouvernance. Néanmoins, dans le contexte d'un environnement marqué par l'incertitude, les entreprises sont interpellées à être plus soucieuses de l'impact de leur activité sur la société et ce dans l'optique d'assurer un développement durable et faire face aux contraintes qui liées particulièrement à la complexité des exigences de cet environnement qu'on peut étendre à « La société ». Cette même société qui est constituée par l'ensemble des parties prenantes avec lesquelles l'entreprise agit et interagit. Dans ce sens, et par rapport à la littérature managériale, Wolff. D (2010 ; P115) résume le rôle de d'entreprise dans la société selon deux conceptions théoriques: La première est d'ordre *financier*, n'accordant aucune importance aux externalités négatives, dans ce sens, l'objet étant de maximiser le profit, ainsi inscrire le développement durable dans telle considération revient à considérer que l'entreprise ne se préoccupera de ses responsabilités sociales et environnementales que si et seulement si cette prise en compte sera source d'utilité. La deuxième étant *idéologique*, elle conçoit l'existence de la responsabilité morale à l'égard de la société. Selon cette conception l'entreprise à, par sa nature, un statut d'agent moral, capable de distinguer le bien et le mal, donc ayant le devoir moral d'agir de façon globale responsable.

A cet effet, le développement durable se traduit au sein de l'entreprise par la démarche RSE. Cette démarche est considérée comme le choix délibéré par les dirigeants, de sacrifier des profits dans l'intérêt des collectivités. Dans cette perspective, les orientations stratégiques des entreprises se voient réorientées vers une autre vision, celle de se soucier des conséquences de leurs actes sur la société. C'est ainsi que les entreprises qui désirent s'immiscer dans la démarche du développement durable à travers la RSE doivent concilier entre leur intérêt économiques et ceux liés à la société en général et inscrire cela dans un cadre de légitimité.

A l'instar des pays en voie de développement, l'Algérie n'a pas échappé à ces contraintes de marché et de la concurrence accrue dictée par son ouverture aux différents marchés internationaux, où elle a commencé depuis le début des années 2000 à intégrer des principes du développement durable dans ses politiques et programmes nationaux. Sa réglementation a été renforcée notamment au travers de lois sectorielles relatives aux normes d'émissions polluantes, à la protection des ressources en eau, des sols, des forêts et visant l'amélioration du cadre de vie des citoyens. D'ailleurs, pour remédier à sa forte dépendance en hydrocarbures, le pays s'est lancé depuis plus d'une décennie dans un large champ d'action pour relancer l'économie hors hydrocarbures à travers la promotion de la PME /PMI. Ce vaste champ a été marqué, par la mise en place d'organes et des dispositifs d'aide à la création d'entreprises dans les différents secteurs et branches d'activité. A l'instar des wilayas ayant marqué une dynamique entrepreneuriale, se positionne la wilaya de Bejaia qui occupait au premier semestre 2017 la troisième place au niveau national enregistrant un total de 29331 PME. Cette dynamique est encouragée par les avantages accordés par l'Etat, mais aussi par les motivations et les ambitions des entrepreneurs à se lancer dans leurs propres affaires.

Dans cette même wilaya, l'entrepreneur privé Cevital Food est devenu en un laps de temps très court, un acteur économique puissant. En effet, cette entreprise qui a entamé son activité en 1998 en qualité de moyenne entreprise, devient en à peine une année d'existence une grande entreprise employant aujourd'hui près de 4000 collaborateurs. Relativement à la présente étude, l'intérêt porté à cette entreprise est motivé par l'engagement de cette dernière dans une démarche responsable et ce suite à son adoption en Mai 2017 de la RSE. Notre objectif est de décrire comment cet acte responsable s'est-il traduit dans le management de l'innovation de Cevital Food. Cette même responsabilité qui se décline par l'intégration des besoins, attentes et aspirations des parties prenantes soit les acteurs du territoire de localisation de l'entreprise.

A la lumière de ce qui précède, nous tenterons de trouver les éléments de réponse au questionnement suivant : **Comment l'entrepreneur privé CEVITAL FOOD, s'engage t'il à intégrer l'innovation, tout en se souciant des effets de cet acte managérial sur la société en général et son territoire de localisation en particulier ?**

Pour ce faire, la recherche tente dans un premier temps, de faire un survol théorique sur la responsabilité sociale et sociétale des entreprises et l'innovation responsable. Ce volet théorique, a pour objectif principal de déclinier l'importance des parties prenantes dans les orientations managériales des entreprises notamment dans les pratiques d'innovation. Ceci dit, nous nous sommes centrés sur le rôle des parties prenantes comme acteurs constituant le territoire de localisation d'une entreprise à influencer les décisions de l'entreprise en termes d'innovation. Dans un deuxième temps, une étude exploratoire menée suite à un entretien semi directif au sein de l'entreprise CEVITAL Food interrogeant le responsable du département RD, soit l'un des acteurs ayant accompagné la mise en place de la RSE dans cette entreprise, a eu lieu. L'objectif visé, est de décrire d'une part, les facteurs territoriaux déclencheurs des actes d'innovation, et comment l'engagement responsable dans le management de l'innovation est mis en perspective au sein de l'entrepris d'autres part.

I. La responsabilité sociale et sociétale des entreprises :

Les divers changements ayant marqué l'environnement des entreprises ont fait naître une réflexion approfondie sur la mission des entreprises dans son environnement. Trois principales missions sont à décrire : la première est d'ordre économique, et l'entreprise dans cette considération est un agent économique ayant pour seul objectif de maximiser la richesse des stockholders. Cette même considération se voit rapidement évoluer pour considérer que l'entreprise est un nœud de contrat avec les acteurs de son environnement tant interne qu'en externe. Ainsi, une deuxième mission fut attribuée à l'entreprise à côté de la première. L'entreprise endosse dans cette deuxième mission la responsabilité humaine et sociale, et sont mises en avant dans ce cadre, les relations de cette dernière avec les hommes de la société en général, et en particulier avec ses salariés et ses dirigeants tout en appliquant une certaine moralité pour eux.

Par la suite, l'émergence de la RSE étale le champ de responsabilité de l'entreprise au sociétale en se penchant sur l'idée selon laquelle l'entreprise, pour maintenir son existence et être acceptée au sein de son territoire et sa société en général, est tenue de bénéficier d'une

légitimité en vers les parties prenantes de son territoire autrement dit, elle doit être socialement responsable.

La théorie des parties prenantes¹ fut développée par Freeman en 1984. L'auteur avance dans ses travaux l'importance pour une entreprise d'intégrer les stakeholders dans son management en décrivant l'impact de cette intégration sur la performance économique et financière d'une entreprise. Selon les idées avancées, « *A particular stakeholder may have "economic" effects on the firm, i.e., its action may affect the profitability, the cash flow or the stock price of the firm.* ». Deux catégories de parties prenantes sont identifiées : les parties prenantes internes et les parties prenantes externes. Selon les idées avancées par Freeman les managers peuvent intégrer les parties prenantes externes via les parties prenantes internes, son argument est le suivant « *internal stakeholders must be seen as the conduit through which managers can reach other external stakeholders.* » La théorie des parties prenantes a fait objet de plusieurs débats et de discours et elle a servi de référence de base pour appliquer la RSE.

Les idées évoquées si en haut accentuent sur le rôle déterminant de l'entreprise en intégrant les parties prenantes dans son management. En effet, l'influence de ses décisions sur les choix et les orientations stratégiques de l'entreprise est très déterminant, d'autant plus, que l'entreprise puise les moyens et les ressources de son territoire. F. Perroux (1903-1987) ou encore Oscar Lang (1904-1965) considèrent que le profit est un mauvais indicateur, du fait qu'il est financier, alors que d'autres conséquences sociales, écologiques voire sociologiques ne sont pas prises en compte par les entreprises. Bremond et Salort (1994) estiment *que ce qui est bon pour l'entreprise (ou ceux qui la gouvernent) ne l'est pas forcément pour la collectivité.*² Ainsi l'engagement de l'entreprise dans les pratiques RSE, est très important pour se pérenniser. Dans cette perspective, l'entreprise devient responsable, et capable de répondre de ses actes et de l'impact de ses activités auprès de ses partenaires. Au delà, l'entreprise doit une contrepartie aux acteurs constituant son territoire, en se développant et en participant à sa dynamique. L'argument avancé par Freeman (2011-45) est que « *many corporate activities cause external diseconomies of various kinds beyond their own market relationships and reaching to wider communities and their commons* ». En effet, de nombreux acteurs institutionnels, Etats, Syndicats, ONU... souhaitent désormais que l'entreprise intègre dans son processus de décision stratégique les attentes des parties prenantes négativement affectées par son processus de production pour que, des considérations écologiques, sociales et sociétales doivent faire l'objet d'une attention particulière des gouverneurs de chaque entreprise.

Au-delà, la prise en compte des parties prenantes dans les orientations stratégiques de l'entreprise, lui permet de nouer des relations de confiance, partenariat voire des réseaux de relations donc la participation à la construction d'une dynamique territoriale. Afin d'appuyer cette idée, nous rappelons les idées développées dans les travaux du GREMI menés par Maillat D et Kebir L (1999, 439) tenant compte des relations de l'entreprise avec les parties prenantes, et reflétant ainsi la logique du territoire et de ses acteurs.

En effet, les chercheurs considèrent deux logiques de la perception de l'entreprise de son territoire. Dans la première *logique dite fonctionnelle le territoire est passif*, il n'est perçu

¹ Le concept de partie prenante est défini selon Freeman en 1984 comme « tout groupe ou individu qui peut influencer ou être affecté par l'atteinte des objectifs de l'organisation.

pour l'entreprise que comme un lieu de localisation la dotant des ressources et des moyens assurant son fonctionnement. A contrario, dans la deuxième logique dite *logique territoriale, le territoire est actif*, il est au delà de la considération de la logique fonctionnelle, un lieu d'insertion de l'entreprise lui ouvrant des possibilités de nouer des relations tant de concurrence, de coopération, que de partenariat et en général, des réseaux de relations entre elle et les acteurs de son territoire, générant de ce fait une dynamique de relation voire une dynamique territoriale.

I-1 l'intégration de la RSE dans le management d'une entreprise:

Dans ces travaux Carroll (1979) a défini la RSE comme « un ensemble d'obligations de l'entreprise vis-à-vis de la société ». L'auteur distingue quatre types d'obligations : économiques (être profitable, fabriquer des produits respectant des normes de qualité et de sécurité...), légales (respecter les lois et les réglementations), éthiques (agir conformément à des principes moraux partagés au sein de la société), philanthropiques (agir avec bienfaisance et charité).

Par définition, la commission européenne (2001) définit la RSE comme « *l'intégration volontaire par les entreprises des préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes* ». Ainsi, la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise dépasse largement l'aspect relatif à la recherche de la satisfaction des parties prenantes à celle d'une considération d'une nouvelle pratique managériale. Pour Bowen³, « *les discussions portant sur la RSE sont non seulement devenues acceptables dans le cercle dirigeant, mais même à la mode* ». Ainsi la *RSE peut être analysée comme un nouveau espace d'action des entrepreneurs où apparaissent de nouveaux acteurs et s'élaborent simultanément une rhétorique et de nouvelles pratiques managériales* (Capron et Quairel, Lanoizelee, 2004 ; Aggeri, Pezet et All, 2005).

En se basant sur l'aspect de relations positives entre rentabilité générée par l'entreprise et sa relation avec les parties prenantes, Freeman(1995) confirme « *l'existence d'une corrélation élevée entre les bonnes pratiques managériales et la RSE, simplement parce qu'une amélioration de l'activité sociale entraîne des relations privilégiées avec les « Key Stakeholders Group* » », impliquant plus de performance.

Les engagements responsables de l'entreprise se déclinent selon Wood (1991) autour de trois niveaux de responsabilité : **La responsabilité de l'entreprise en tant qu'institution sociale** : L'entreprise dispose d'une légitimité accordée par la société : elle doit utiliser son pouvoir économique, qui découle de l'exercice de cette légitimité, dans un sens favorable aux attentes de la société, au risque de perdre ce pouvoir. **La responsabilité en terme de conséquences de ses activités** : Ce sont les conséquences au niveau de ses parties prenantes concernées soit directement ou indirectement par les décisions ou/et les activités de l'entreprise. **La responsabilité individuelle et morale des dirigeants et des managers** : Ceux-ci doivent utiliser leur pouvoir discrétionnaire au service de la responsabilité sociétale

de l'entreprise : dans le choix des stratégies de l'entreprise et dans les moyens de mettre en œuvre ces stratégies.

Les pratiques de type RSE renforcent le rôle du territoire comme espace de gouvernance. D'une certaine manière, à l'image de la chaîne et la trame, alors que l'espace de la filière vise à s'ajuster aux interdépendances verticales caractéristiques de la nouvelle division du travail, le territoire lui serait le lieu pertinent pour arriver à réguler les interdépendances « horizontales » inhérentes aux nouvelles structures socioéconomiques.

Afin d'intégrer une démarche RSE dans sa vision managériale, une organisation doit respecter sept principes directeurs énoncés par la norme ISO 26000 ;

A. La redevabilité : Le principe est le suivant: « il convient qu'une organisation soit en mesure de répondre de ses impacts sur la société, l'économie et l'environnement.». ce principe suggère que l'organisation accepte un examen approprié de ses activités et le devoir de réponse correspondant.

Ainsi, la redevabilité implique d'une part, pour la direction l'obligation de pouvoir répondre des intérêts des mandants de l'organisation et d'autre part, pour l'organisation l'obligation de pouvoir répondre du respect de la législation et de la réglementation vis-à-vis des autorités. De plus, la redevabilité de l'impact général de ses décisions et activités sur la société et l'environnement, implique également que le degré jusqu'auquel l'organisation est comptable.

B. La transparence : Le principe est le suivant: « il convient qu'une organisation assure la transparence des décisions qu'elle prend et des activités qu'elle mène lorsque celles-ci ont une incidence sur la société et l'environnement.».

Le principe de la transparence stipule, qu'il convient que l'organisation diffuse de manière claire, juste et exhaustive les politiques, décisions, ainsi que les activités dont elle est responsable, de même que leurs effets connus et probables sur la société et l'environnement. De plus, il est préférable que ces informations soient disponibles, actualisées, basées sur des faits et présentées de manière claire et objective, pour permettre aux parties prenantes d'évaluer avec justesse l'impact des décisions et activités de l'organisation sur leurs intérêts.

Néanmoins, cette transparence ne nécessite pas de rendre publiques des informations exclusives et n'entraîne pas la mise à disposition d'informations confidentielles ou qui contreviendraient à des obligations juridiques, commerciales ou touchant à la sécurité et à la vie privée.

C. Comportement éthique : Ce principe stipule qu'il convient que le comportement de l'organisation soit fondé sur les valeurs de l'honnêteté, de l'équité et de l'intégrité. Ces valeurs impliquent que l'organisation se préoccupe d'autrui, des animaux et de l'environnement et qu'elle s'engage à traiter l'impact de ses décisions et activités sur les intérêts des parties prenantes. Ainsi, une organisation doit favoriser activement l'adoption d'un comportement éthique:

- En adoptant et en appliquant les standards de comportement éthique reconnus à l'échelle internationale dans le cadre des travaux de recherche impliquant des sujets humains ; et
- En établissant et en entretenant des mécanismes de surveillance et des contrôles pour mettre en place un comportement éthique, le vérifier et le soutenir.

D. Reconnaissance des intérêts des parties prenantes : Le principe est le suivant: « il convient qu'une organisation reconnaisse et prenne en considération les intérêts de ses parties prenantes et qu'elle y réponde.». Ainsi, il convient que l'organisation identifie et tienne pleinement compte des intérêts et des droits de ses parties prenantes accordés par la législation et réponde, en conséquence, aux préoccupations que celles-ci expriment.

Dans son travail Jacques Igalens (2009.98) rapporte que les parties prenantes sont identifiées selon leur capacité à aider une organisation à identifier la pertinence des domaines d'action particuliers vis-à-vis de ses activités, mais elles ne remplacent pas la société au sens large.

Les « domaines d'action » sont spécifiques à chaque organisation et la norme dans ce cadre remplit sa fonction de guidance étant donné qu'elle fait une distinction entre les questions centrales qui peuvent déboucher sur sa gouvernance, aux droits de l'homme, aux relations et conditions de travail, à l'environnement, aux bonnes pratiques des affaires, aux questions relatives aux consommateurs et à son engagement sociétal et ce relativement à sa stratégie, ses processus et ses impacts, ces mêmes questions centrales « core subjects » qui vont faire décliner des domaines d'actions « issues ».

E. Respect du principe de légalité : Le principe de légalité se réfère à la primauté du droit et, en particulier, à l'idée d'une part, qu'aucun individu ou organisation n'est au-dessus des lois, et d'autre part, que les pouvoirs publics y sont également soumis. Ce principe sous-entend généralement que les lois et la réglementation sont écrites, diffusées publiquement et appliquées de manière équitable conformément à des procédures établies. Dans le contexte de la responsabilité sociale, le respect du principe de légalité implique qu'une organisation se conforme à toutes les législations et réglementations en vigueur.

F. Prise en compte des normes internationales de comportement : Ce principe stipule qu'il convient qu'une organisation prenne en compte les normes internationales de comportement tout en respectant le principe de légalité. Autrement dit, les organisations, notamment les entreprises, sont contraintes de respecter des lois qui vont au delà des réglementations internes à leurs pays. Il s'agit, donc, de prendre en compte les droits coutumiers à l'international, les principes généralement acceptés de droit international, ainsi que les accords intergouvernementaux reconnus. Toutefois, dans les pays où la législation et sa mise en application contredit les normes internationales de comportement, il convient que l'organisation s'efforce de les prendre en compte dans toute la mesure du possible.

G. Respect des droits de l'Homme : Le principe est le suivant: « il convient qu'une organisation respecte les droits de l'Homme et reconnaisse à la fois leur importance et leur universalité ». En effet, à travers ce principe, les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'Homme dans leur sphère d'influence, ainsi que de veiller à ce que leurs propres collaborateurs ne se rendent pas complices de violations de ces droits.

Tout compte fait, il est à noter que l'ensemble de ces principes se présentent sous forme de normes de bonne conduite conformes aux lois applicables dans la sphère d'activité d'une organisation, et plus particulièrement d'une entreprise. Ils forment, ainsi, les caractéristiques de la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE).

I.2. La RSE en Algérie :

L'Algérie intègre depuis les années 2000, des principes du développement durable dans ses politiques et programmes nationaux. Sa réglementation a été renforcée notamment au travers de lois sectorielles relatives aux normes d'émissions polluantes, à la protection des ressources en eau, des sols, des forêts et visant l'amélioration du cadre de vie des citoyens. En 2002, l'Algérie a réalisé un plan national d'action pour l'environnement et le développement durable (PNAE-DD) (2002-2012). Une nouvelle phase du PNAE-DD est en cours et vise la période 2012- 2021. Outre le Ministère de l'Aménagement du territoire et de l'environnement (MATE), le pays dispose d'organismes dédiés aux questions environnementales. Au delà, le gouvernement algérien a ratifié les principaux accords internationaux en vigueur portant sur les enjeux RSE.

Sur le plan Social, 08 conventions fondamentales sont ratifiées à savoir : - Convention (n° 29) sur le travail forcé - Convention (n° 87) sur la liberté syndicale et la protection du droit syndical - Convention (n° 98) sur le droit d'organisation et de négociation collective - Convention (n° 100) sur l'égalité de rémunération - Convention (n° 105) sur l'abolition du travail forcé - Convention (n° 111) concernant la discrimination (emploi et profession) - Convention (n° 138) sur l'âge minimum (Age minimum spécifié: 16 ans) - Convention (n° 182) sur les pires formes de travail des enfants

Outres les initiatives du gouvernement, celles du privé voient aussi le jour notamment par la plateforme RSE Algérie portée par l'Institut Hawkama El Djazair (Institut Algérien de gouvernance d'entreprise) et l'ORSE (Observatoire français sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises). Cette plateforme RSE Algérie est constituée d'une diversité d'acteurs (entreprises, organisations patronales, associations, universités, pouvoirs publics, etc...) et elle vise à : -Promouvoir les initiatives et bonnes pratiques des entreprises, -valoriser les initiatives RSE et le développement durable sur un plan national et international - et enfin, appuyer les initiatives de Reporting de développement durable.

Quant aux motivations relatives à l'intégration de la RSE dans la vision managériale de entreprise, nous rapportons celles avancées par Alain Jounot (responsable du département innovation d'AFNOR): - les évolutions réglementaires liées au reporting,- un marché en mutation et des parties prenantes de plus en plus concernées par ces sujets ou encore l'intégration par les donneurs d'ordre de la RSE dans les marchés.

Toutefois, Alain Junot, énumère à coté, trois motivations principales qui ont guidé les démarches des entreprises évaluées AFAQ 26000: -Contribuer à la sauvegarde de la planète : les entreprises évoquent leur « responsabilité morale ». Elles véhiculent une culture d'entreprise responsable et souhaitent partager et faire valoir leurs valeurs. -Pérenniser l'entreprise : le développement durable est invoqué comme « clef de la performance et de valorisation de l'entreprise », l'objectif visé étant celui de la pérennité. - Répondre aux attentes des parties prenantes : Il s'agit pour ces entreprises de comprendre les évolutions actuelles et futures de leurs marchés en identifiant les besoins et attentes en lien avec les enjeux ce développement durable.

II. L'innovation responsable :

Le monde économique participe au développement d'une société, et le dynamisme des entreprises est conditionné par un fonctionnement efficient de la société. *Une entreprise peut sans aucun doute mieux se développer dans une société qui se porte bien, avec des personnes formées, dotées de compétences adaptées et bénéficiant de bonnes conditions pour vivre et travailler* (Saint-Jean C.A; Burkina O.G; Glisic O.V, 92-93). Selon ses propos, les auteurs avancent l'idée selon laquelle l'entreprise peut parfaitement contribuer au progrès social, d'autant plus qu'elle est une coalition d'hommes et de femmes. En effet, dans cette considération le progrès social est conditionné par l'engagement moral de l'entreprise mais demeure un atout considérable pour son développement à moyen et à long terme.

Les évolutions ayant marqué l'environnement des entreprises notamment suite au développement des principes du développement durable ont fait naître de nouvelles thématiques, *regroupant les actions du monde économique qui visent à favoriser l'accès de tous aux biens essentiels, à renforcer la cohésion et l'équité sociale et à contribuer au développement de leurs territoires d'implantation, les termes d'engagement sociétal s'installent progressivement dans le vocabulaire des entreprises* (Saint-Jean C.A; Burkina O.G; Glisic O.V, 115-116). Ainsi, l'engagement des entreprises dans des actions responsables, les poussent vers des actions innovantes. L'innovation dans le manuel d'Oslo (2005) est définie comme « *la mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation de travail ou les relations extérieures* ».

Selon Bellon (2002,4), l'innovation comporte cinq caractéristiques : 1-Elle est entièrement liée au marché ; 2-Elle un acte volontaire qui vise à faire mieux avec l'existant ; 3-Elle est le fait d'un individu cherchant son intérêt personnel à l'intérieur d'une organisation collective ; 4-Elle est considérée comme un pari ; 5-En cas de réussite, une innovation se transforme en passage obligé et en routine. Dans ses écrits Bellon (2002,5), a décrit les trois principaux types d'innovation de Freeman qui peuvent être introduit au sein d'une entreprise :

A. L'innovation incrémentale ; elle est cette innovation introduite par un salarié ou un groupe de salariés de type améliorations continues dans leur vie quotidienne de travail.

B. L'innovation radicale : concerne ce type d'innovation pu une rupture dans cette acte modifie un but explicite mais aussi la totalité de l'organisation de la production.

C. Les révolutions technologiques ; elle est cette innovation qui modifie et change complètement la nature de la demande. L'innovation dans ce cadre résulte de la conjonction de plusieurs innovations radicales et incrémentales.

En 2003 ; Henry Chesbrough a développé un autre type d'innovation sous entendu d'innovation ouverte (distribuée) reposant sur un mode d'innovation basé sur le partage, la coopération entre entreprises et ce, dans un climat d'échange, d'ouverture et de confiance.

Les entreprises innoveront certainement, pour ne pas être devancées par la concurrence, néanmoins dans le contexte du développement durable, l'entreprise rappelons le, est tenue de s'engager responsable pour la société en général, et le territoire avec ses parties prenantes en particulier. Ainsi, la difficulté dans l'innovation réside principalement dans la capacité

qu'a l'entreprise à anticiper à la fois les besoins et les attentes de la partie prenante consommateur, mais surtout les risques liés à l'innovation introduite. Ceci dit, cette anticipation doit reposer principalement sur les spécificités de cette innovation. Delors, le principal challenge pour une entreprise responsable est d'anticiper ce fossé, en engageant une vision intégrale. Autrement dit, une entreprise peut développer un produit qu'elle lance sur le marché est tenue d'anticiper l'ensemble du processus responsable, à savoir : traçabilité du fournisseur, réflexions autour de la consommation carbone, recyclage des produits, prise en compte des possibles impacts sociaux, etc... C'est ce qui est considéré comme innovation responsable.

Par définition, l'innovation responsable se traduit par la capacité qu'a une entreprise et ou une organisation à intégrer tout au long du processus innovation de l'amont à l'aval des mesures favorisant le respect de l'environnement, de la société et du citoyen. Elle est aussi considérée comme une orientation stratégique reposant sur la recherche et le développement, et qui cherche à prendre en compte dans tous les aspects de l'innovation et de ses processus, le potentiel impact social et environnemental.

Xavier Pavie (2011,11) a identifié trois dimensions de l'innovation responsable. Selon l'auteur, c'est autour de ces paramètres et en fonction d'eux que l'innovation-responsable se construit:

A. Le prisme unique de la réponse aux besoins des individus : Il est fondamental de s'interroger sur les raisons pour lesquelles une innovation est développée. En effet, ce n'est pas parce qu'un besoin s'exprime qu'on doit nécessairement lui apporter une réponse. Le marketing doit-il se mettre en ordre de marche dès qu'un besoin est identifié ? La question mérite d'être posée comme un préalable.

B. L'incapacité manifeste des innovateurs à calculer et à prévoir l'ensemble des conséquences de leurs lancements : Cette incapacité est d'autant plus vive que, dans le même temps, se dispute une course à l'innovation qui génère des prises de décision rapides, voire hâtives. Ainsi, la dimension cruciale du temps est mise en avant.

C. L'apparition de nouveaux risques aux conséquences sociétales et aux retombées quotidiennes sur les modes de vie : L'innovation qui apparaît dans un secteur peut avoir des conséquences dans d'autres secteurs. Or, cette porosité sectorielle n'est pas nécessairement perçue en amont des projets d'innovation.

L'innovation-responsable est donc intimement liée à la capacité d'anticiper les risques, les impacts, les conséquences de l'innovation sur la société. En effet, toute innovation lancée sur un marché est d'abord adoptée par une minorité, avant de s'étendre à un volume plus grand de consommateurs.

III. L'entreprise CEVITAL agroalimentaire et son engagement responsable :

Suite à l'enquête menée grâce à un entretien semi directif au sein de l'entreprise CEVITAL FOOD, nous avons tenté de déterminer comment l'innovation est-elle introduite au sein de l'entreprise dans un premier lieu, et dans un second lieu, de comprendre comment les actes innovants responsables sont-ils définis? Pour l'analyse et le traitement des données nous avons présenté les résultats, tout en les regroupant en items : Dans le premier item l'entreprise CEVITAL Food et sa démarche RSE seront présentées. Dans le deuxième item,

l'innovation et les facteurs déclencheurs seront abordés d'une part, et d'autres parts, nous présenterons la vision de l'entreprise CEVITAL FOOD, de l'innovation responsable.

III.1. La démarche RSE au sein de CEVITAL FOOD :

Depuis 2008, le groupe CEVITAL englobe 26 filiales réparties sur 06 pôles d'activité, à savoir : l'agroalimentaire, l'industrie, la grande distribution, les services, l'automobile et l'immobilier. La filiale agroalimentaire se positionne leader dans le secteur en Algérie. Le complexe agroalimentaire est implanté à l'extrême Est du port de Bejaia, est constitué de plusieurs unités de production équipées des technologies les plus pointues et poursuit son développement par divers projets en cours de réalisation.

Par ailleurs, l'expansion et le développement de l'entreprise durant ces 10 dernières années, font d'elle un important pourvoyeur d'emplois et de richesses pour l'économie algérienne et pour la wilaya de Bejaia. Outre, CEVITAL FOOD couvre l'ensemble des besoins nationaux et exporte et l'excédant de sa production notamment les huiles, les margarines et le sucre vers plusieurs pays entres autres en Europe, le Maghreb, au Moyen Orient et en Afrique de l'Ouest. CEVITAL FOOD a été retenue par l'institut national de normalisation (IANOR), en 2012, pour bénéficier d'un programme d'accompagnement en vue de l'intégration d'une démarche de responsabilité sociale en son sein, conformément à la norme ISO 26000. Le 12 juin 2014 l'entreprise a signé un accord de partenariat de trois ans, avec le groupe français Sup de Co La Rochelle. Par cet accord, les chercheurs de l'institut de Responsabilité Sociétale par l'Innovation IRSI accompagneront CEVITAL Food dans la mise en œuvre de la RSE au regard de la norme ISO 26000. Le déploiement du projet lié à l'adoption de la RSE au sein de l'entreprise CEVITAL s'est échelonné sur 03 ans soit de juin 2014 à mai 2017.

L'intégration des principes RSE dans le management de l'entreprise n'est entres autres que la continuité des actions déjà menées par l'entreprise. En effet, ces dernières sont ancrées dans un management orienté vers le progrès social, l'alimentation saine et l'ancrage territorial. Ces faits, se confirment notamment par sa certification en 2005 de l'ISO 22000 relative au management de la sécurité des denrées alimentaires. Ce fait témoigne de l'importance des enjeux de la sécurité alimentaire et l'équilibre nutritionnel des consommateurs pour cette dite entreprise.

Le déploiement de la démarche RSE au sein de CEVITAL FOOD, repose principalement sur deux piliers fondamentaux qui sont ;

- A. La définition des domaines d'action,
- B. et l'analyse des parties prenantes et leur prise en compte dans la démarche RSE.

Dans l'analyse liée aux parties prenantes, des domaines d'actions sont identifiés notamment les questions relatives aux consommateurs, la communauté et le développement local.

III.2. Perception de l'entrepreneur privé de l'innovation responsable :

A. En termes d'innovation :

L'entreprise CEVITAL agroalimentaire ne cesse de s'affirmer sur le marché tant national qu'international avec ses produits destinés à la première consommation tout en introduisant des innovations de différents types nous citons entres autres : les innovations du produit, de

procédés de fabrication, et même des techniques managériales liées à la commercialisation et à la logistique de distribution.

Les projets d'innovation sont déclenchés au sein de l'entreprise à la fois par des facteurs internes mais aussi externes notamment par les facteurs territoriaux :

- au niveau interne, c'est la dynamique RD et la motivation du personnel qui sont des facteurs déclencheurs et stimulants des projets d'innovation.
- au niveau externe, se sont les institutions de certifications et les clients qui déclenchent plus les projets innovants.

Lors de l'introduction des innovations, le processus amont est guidé par la direction de l'entreprise et par les ingénieurs et son organisation repose sur la constitution d'une équipe de projet interne. Néanmoins, bien que CEVITAL soit doté d'un laboratoire de recherche interne, elle a recours à des laboratoires de recherches externes notamment territoriaux.

Cette forme de collaboration s'est traduite par la conclusion des contrats de licence et de sous-traitance avec des entreprises locales.

Relativement au recours de l'entreprise CEVITAL agroalimentaires aux contrats cités précédemment pour ses projets d'innovation, et suite à l'étude menée, nous pouvons confirmer le développement des compétences relationnelles, avec les acteurs territoriaux, et ce en raison d'une part, de la répétitivité de ses contrats, mais aussi de leur inscription dans le long terme. Ce qui permet la constitution des réseaux de relations et le développement d'une dynamique territoriale.

B. L'innovation responsable :

L'entreprise CEVITAL agroalimentaire a intégré depuis juin 2017 la RSE dans sa vision managériale. Dans le management de l'innovation cette démarche s'est traduite par la certification ISO 22000 en 2005.

L'engagement de l'entreprise dans des actions responsables s'est manifesté par son investissement dans la mise en place d'une cellule de veille sociétale et de traduire toutes les informations traquées par les commerciaux, les marketeurs et même le département RD pour intégrer dans le marché des produits responsables.

En amont des activités d'innovation, l'éco-conception au sein de la dite entreprise se traduit par la réutilisation de la vapeur d'eau récupérée lors du processus de production. En aval l'entreprise s'est engagée dans diverses actions relatives aux consommateurs telles :

- La promotion de l'éducation des consommateurs aux risques liés à la consommation durable ;

- L'information de ces derniers sur les risques liés à la consommation de certains produits alimentaires ;
- L'assurance des droits des consommateurs en codifiant et en protégeant leurs données.

Alors que dans le domaine d'actions liées à la communauté et au développement local l'entreprise CEVITAL a défini trois axes stratégiques:

- Le premier est axé sur le développement économique local, qui se traduit par l'ouverture des chances à l'emploi, la création d'emploi, l'investissement dans des

actions de protection de l'environnement, mais aussi dans des actions d'innovation sociale ;

- Le deuxième est axé sur l'encouragement, le développement et l'optimisation des relations de partenariat avec les parties prenantes.
- Le troisième est relatif à l'engagement de l'entreprise CEVITAL dans l'assistance des groupes vulnérables et la planification de ressources appropriées.

Conclusion :

La RSE est devenue aujourd'hui une perspective managériale de toute entreprise souhaitant aligner ses objectifs économiques aux objectifs sociaux et sociétaux. Ainsi, la démarche RSE, incite les entreprises à intégrer la dimension de responsabilité dans l'ensemble de leurs pratiques de management, notamment dans celle du management de l'innovation.

L'entreprise CEVITAL FOOD a adopté la démarche RSE depuis Mai 2017, et ce suite à sa sélection en 2012 par l'IANOR pour bénéficier d'un programme d'accompagnement dans la perspective de l'intégration d'une démarche de responsabilité sociale conformément à la norme ISO 26000.

En termes d'innovation, l'entreprise CEVITAL, fait recours à son territoire de localisation pour déclencher cet acte. Ainsi le souci de chaque innovation introduite au sein de l'entreprise amène cette dernière à s'engager dans une perspective responsable. Cet acte a commencé par la validation de diverses certifications au sein de l'entreprise, et continue avec son engagement dans la démarche RSE.

En revanche, l'innovation responsable au sein de l'entreprise CEVITAL semble être amenée à se développer plutôt en amont des activités d'innovation qu'en aval. L'argument avancé par nous est relatif d'une part, à la récente adoption de la dite entreprise de l'ISO 26000 et dont les résultats ne sont appréciables qu'avec leur prolongement dans le temps, et d'une autre part, les engagements dans des innovations responsables doivent être validés au stade de la mise sur le marché (effets sur la santé des consommateurs et de l'environnement).

Références Bibliographiques :

- Acquier A, et Gond JP(2005): aux sources de la responsabilité sociale de l'entreprise (Re) lecture et analyse d'un ouvrage fondateur : Social Responsibilities of the businessman d'Howard Bowen(1953) .XIVAIMS . p7
- Bellon.B :l'innovation créatrice(2002). Édition economica. Paris .p4
- Carroll (1997) cité par Wolff.D (2010) in développement durable théorie et applications au management .2 eme édition Dunod paris 2010. P115.
- Freeman, R. Edward. Strategic Management: A Stakeholder Approach (Emplacements du Kindle 2001-2002). Cambridge University Press. Édition du Kindle.
- Igalens.J : norme de responsabilité et responsabilité des normes : le cas d'ISO 26 000 revues Management Prospective Ed. « Management & Avenir » 2009/3 n° 23, pages 91 à 104 ISSN 1768-5958 p98
- Maillat .D Kebir(1999) .L : Learning région et systèmes territoriaux de production. Revue d'économie régional et urbaine n° 3.1999. P439

- Moreaux.G(2014) : Entretien avec Alain Jounot(responsable du département innovation d'AFNOR) : in journal de l'économie du 14 octobre 2014.
- Mullenbach. A(2002) : la responsabilité sociétale des entreprises : les cahiers du CERGOR : centre d'étude et de recherche en gestion des organisations et ressources humaines. Numéro 02/01 mars 2002.p3-4
- Pavie.X(2011) : Innovation responsable et performance : oxymore ou réalité ? revue innovation et société n °06 .p11-12.
- Sacconi .L Blair .M Freeman. R. E et Vercelli.A : Corporate Social Responsibility and Corporate Governance : The Contribution of Economic Theory and Related Disciplines : IEA conference volume no. 149 .2011 .p 45
- Saint-Jean C.L; Barykina O.G; Lisicki V.L : Entreprendre pour la Cité ; in La Société, une affaire d'entreprise ? : L'Engagement Sociétal des entreprises : enjeux, pratiques, perspectives (ED ORGANISATION) (French Edition) (Emplacements du Kindle 92-93). Édition du Kindle
- Wood(1991) cité par Olfa.Z.B, Boussoura .A(2005) : responsabilités des entreprises et performance financière : le cas des entreprises Tunisiennes cotées. In XVIème AIMS p13.
- Moreaux.G(2014) : Entretien avec Alain Jounot(responsable du département innovation d'AFNOR) : in journal de l'économie du 14 octobre 2014.
- <http://www.rse-algerie.org>
- ISO, NORME INTERNATIONALE ISO 26000 : Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale, les éditions ISO/TMB, Suisse, 2010, p. 12-16