



HAL
open science

LES DETERMINANTS DE L'OFFRE VOLONTAIRE DES INFORMATIONS SOCIETALES ET L'ANALYSE DU NIVEAU DE DIVULGATION : CAS DES ENTREPRISES CANADIENNES

Habib Affes, Ikhlas Hentati-Klila

► **To cite this version:**

Habib Affes, Ikhlas Hentati-Klila. LES DETERMINANTS DE L'OFFRE VOLONTAIRE DES INFORMATIONS SOCIETALES ET L'ANALYSE DU NIVEAU DE DIVULGATION : CAS DES ENTREPRISES CANADIENNES. Comptabilités et innovation, May 2012, Grenoble, France. pp.cd-rom. hal-00937904

HAL Id: hal-00937904

<https://hal.science/hal-00937904>

Submitted on 28 Jan 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

LES DETERMINANTS DE L'OFFRE VOLONTAIRE DES INFORMATIONS SOCIETALES ET L'ANALYSE DU NIVEAU DE DIVULGATION : CAS DES ENTREPRISES CANADIENNES

Habib Affes, Maitre de conférences en Sciences de Gestion, FSEG de Sfax

E-mail : habib.affes@yahoo.fr

Ikhlas Hentati-Klila, Doctorante en Méthodes Comptables et Financières, FSEG de Sfax

E-mail : ikhlas.klila@gmail.com

Résumé :

La présente étude tente de décliner quelques déterminants de l'offre volontaire des informations sociétales et d'analyser le niveau de divulgation dans les rapports annuels relatifs à 60 entreprises Canadiennes cotées. Une revue de la littérature en la matière suivie des études empiriques antérieures nous amènent à introduire un modèle établi dans le cadre de la théorie positive et la théorie des signaux. Nous avons mesuré le niveau de la divulgation sociétale par des scores. Puis, nous avons étudié la relation entre les scores calculés et les facteurs censés influencer le reporting sociétal à travers une régression multiple. Les résultats montrent que la structure de propriété, le niveau d'endettement, le coût du capital, la visibilité politique et le secteur d'activité sont des déterminants significatifs de la divulgation sociétale. Mais, la performance financière semble être sans influence sur cette divulgation.

Mots clefs : scores de divulgation sociétale, déterminants, théorie positive, théorie des signaux, entreprises canadiennes cotées.

Abstract:

This study attempts to investigate some determinants of social voluntary disclosure and to analyze reporting extent in annual reports of 60 Canadian listed firms. We provide the literature review witnessed by previous studies. This leads us to introduce a model relied on positive and signaling theories. We measure the extent of social voluntary disclosure across scores. Using a multiple regression analysis, we study the link between scores calculated and a set of factors that are expected to influence social reporting. Our findings show that ownership structure, debt level, cost of capital, firm size and industry type are significant factors but financial performance doesn't influence social voluntary disclosure.

Key words: scores of social voluntary disclosure, incentives factors, positive and signaling theories, Canadian Listed Firms.

Introduction

Depuis quelques années, le développement durable est devenu une réalité incontournable du paysage économique. Selon Lauriol (2004), le développement durable apparaît aujourd'hui comme la représentation dominante d'une nouvelle logique du développement économique et social. Dans le contexte actuel, toutes les entreprises sont interpellées pour conjuguer trois objectifs ultimes à savoir prospérité économique, équité sociale et qualité environnementale. Reporting sociétal, investissement socialement responsable, labellisation sociale sont entre autres des outils mis en œuvre par les entreprises afin de s'aligner aux objectifs du développement durable. En ce sens, le reporting sociétal s'impose progressivement comme une pratique permettant aux entreprises de contribuer à la prise en compte des conséquences sociales et environnementales de leurs activités économiques et de s'adapter aux enjeux du développement durable. Ce changement de paradigme dans la réflexion sur le reporting sociétal a incité les entreprises à développer davantage leurs pratiques de diffusion de ce type d'informations (Giordano-Spring et Rivière-Giordano 2007). Certains courants de la recherche (Watts & Zimmerman, 1990 ; Bewley & Li, 2000) indiquent que les entreprises diffusent toute information privée afin de satisfaire les exigences du marché et soutenir les cours boursiers. En réalité, il existe des motivations plus profondes et plus fondées théoriquement qui expliquent le choix des entreprises de divulguer volontairement des informations sur l'exercice de leur responsabilité sociétale. D'ailleurs, c'est la raison pour laquelle plusieurs études empiriques ont été conduites sur la détermination des facteurs explicatifs de la divulgation sociétale. D'après Damak-Ayadi(2006), les études empiriques en matière de reporting sociétal peuvent être répertoriées en deux catégories. La première catégorie comporte les études descriptives dont l'objet est d'examiner et d'analyser les pratiques, l'étendue et le volume de reporting sociétal. La deuxième catégorie est formée par des études explicatives. Celles ci se proposent de déceler les motifs derrière toute divulgation volontaire de ces informations. Ce travail de recherche adopte les deux orientations et consiste en une étude descriptive explicative en la matière.

En fait, la divulgation sociétale constitue un thème de débat par excellence. Les dernières années ont été marquées par une demande accrue de divulgation volontaire d'informations surtout de la part des investisseurs. Ces derniers, s'estimant lésés suite aux scandales financiers à répétition, sont devenus de plus en plus exigeants en matière de divulgation. Afin de rétablir la confiance du marché, les entreprises divulguent non seulement des informations financières mais aussi des informations non financières de nature sociale et environnementale (Cormier et Magnan, 2003). A notre sens, il semble intéressant d'analyser l'étendue des pratiques de reporting sociétal des entreprises émettrices et d'identifier les déterminants de ce reporting. Nous avons choisi d'étayer une contribution au thème de la divulgation sociétale à travers une étude empirique qui porte sur un échantillon d'entreprises canadiennes cotées.

Notre objectif dans le présent travail se rapporte d'une part à analyser le niveau de divulgation des informations sociétales émises par les entreprises canadiennes cotées à travers l'approche de scoring. D'autre part, nous allons expliquer le niveau de divulgation tout en testant le pouvoir explicatif de la théorie positive de la comptabilité et la théorie des signaux.

Nous nous proposons d'apporter autant de réponses que de réflexions autour de la complémentarité théorique et opérationnelle de la théorie positive associée à la théorie des signaux pour expliquer le niveau de la divulgation volontaire des informations sociétales.

La présente recherche sera structurée en quatre sections. Dans une première section, nous allons parcourir la littérature relative à la divulgation sociétale. Dans une seconde, nous allons énoncer les hypothèses de la recherche. La troisième section sera consacrée à la description de la méthodologie de l'étude empirique. Les résultats de l'analyse descriptive seront présentés et interprétés dans la dernière section et seront suivis des résultats d'une analyse multi variée.

1) La revue de la littérature :

Selon Oxibar (2003 ; 2005), Giordano-Spring et Rivière-Giordano (2007), les études traitant des déterminants de la communication sociétale se nourrissent entre autres des apports des théories socio-organisationnelles à savoir la théorie de la légitimité et la théorie des parties prenantes. Oxibar (2003 ; 2005) a suggéré la théorie positive comme une approche théorique mobilisable dans ce cadre. De même, la théorie des signaux semble offrir une base théorique féconde pour expliquer les pratiques du reporting sociétal (Zeghal et al, 2007).

1.1) Le cadre théorique classique relatif aux déterminants de la publication volontaire des informations sociétales :

La théorie de la légitimité et la théorie des parties prenantes constituent les références théoriques traditionnellement mobilisées dans le cadre des études portant sur les déterminants de la diffusion sociétale. D'ailleurs, ces dites théories sont fréquemment considérées comme le socle théorique classique en la matière.

1.1.1) La divulgation sociétale comme stratégie de légitimation:

Plusieurs études ont été conduites sur les motivations de la divulgation sociétale en prenant appui sur la théorie de la légitimité. Ces études ont été unanimes que ce type de divulgation est perçu comme un moyen de dialogue avec la Société au service de l'entreprise qui souhaite se montrer citoyenne et socialement responsable dans un contexte marqué par la prise de conscience écologique et le développement durable (Woodward et al, 1996 ; Déborah, 2006 ; Cho et Patten, 2007). De sa part, Deegan (2002) atteste que « les politiques de diffusion d'information des entreprises sont considérées représenter un moyen important dont disposent les dirigeants pour influencer les perceptions externes de leur entreprise ».

« Selon Déborah (2006), la communication environnementale [et sociales] peut constituer pour l'organisation un outil stratégique de gestion de sa légitimité ».

1.1.2) La divulgation sociétale comme moyen de satisfaction des attentes des parties prenantes :

Les études se rattachant à la théorie des parties prenantes (Zeghal et Ahmed, 1990 ; Henriques et Sadorsky 1996 ; Deegan et Rankin, 1997 ; Pellé-Culpin 1998, Moneva et Llena 2000 ; Damak- Ayadi, 2006) ont abouti à des résultats concluants en matière de divulgation sociétale. Ces études reconnaissent l'importance de cette divulgation comme une forme particulière de reddition des comptes permettant de gérer la complexité des attentes de la pluralité des parties prenantes. « D'après Zeghal et Ahmed (1990), les diffusions sur l'exercice de leur responsabilité sociétale par les entreprises représente une comptabilité sociétale qui s'est développée en réponse aux attentes combinées du public, des investisseurs et à un changement dans la conception même de l'entreprise »

1.2) Les approches théoriques pour modéliser les déterminants de la diffusion des informations sociétales

La théorie positive ainsi que la théorie des signaux présentent un intérêt incontestable dans notre recherche. En fait, certaines études antérieures (Oxibar, 2003 ; 2005) ont essayé de décliner les déterminants de la divulgation sociétale en mobilisant la théorie positive à cette fin. Ces études ont constaté le pouvoir explicatif limité de cette théorie, son insuffisance voire son incapacité à expliquer entièrement le phénomène de la divulgation sociétale. D'autres études (Zeghal et al, 2007) ont fondé leurs analyses sur la théorie des signaux. Les résultats obtenus confirment le pouvoir explicatif incertain de cette théorie pour cerner les motivations de la divulgation. En effet, ces études ont constaté que la démarche d'optimisation adoptée par les entreprises pour diminuer le coût d'accès au capital à travers la communication sociétale n'est pas toujours réussie. Pour répondre à la problématique posée, nous allons croiser les deux théories afin de pouvoir établir un modèle explicatif de la divulgation de l'information sociétale qui sera explicité plus loin. Bien qu'initialement destinées à la divulgation des données financières, ces théories peuvent être transposées au cas des divulgations sociales et environnementales sous l'hypothèse plausible que ces données permettent une meilleure évaluation par les actionnaires de la condition financière de la firme (Aerts et al, 2006).

1.2.1) La divulgation sociétale et la minimisation des coûts politico-contractuels :

L'étude de Healy et Palepu (2001), se rattachant à la théorie d'agence, a envisagé la divulgation sociétale comme un moyen pour limiter les conflits d'intérêts et accroître la transparence. Adams et al (1998) indiquent que les « forts niveaux de diffusion d'information sociétale correspondent à des tentatives de retarder l'adoption d'une législation, confirme la capacité de la théorie politico-économique à expliquer les motivations des décisions de diffusion ». Dans le même ordre d'idées, (Oxibar, 2003) avance que les entreprises émettrices font recours volontairement à la divulgation sociétale afin de réduire au maximum l'éventualité d'une intervention du régulateur dans le cours de l'activité de l'entreprise. D'ailleurs, cet auteur considère que ce genre de divulgation « correspond plus à une posture anti-législation qu'elle ne reflète un quelconque exercice de sa responsabilité sociale par l'entreprise ».

1.2.2) La divulgation sociétale et la minimisation du coût du capital :

Richardson et Welker (2001) stipulent que toute divulgation sociétale est analysée comme un signal émis par l'entreprise pour les acteurs intéressés par son existence pour réduire l'asymétrie informationnelle. Dans cette optique, un des déterminants du choix des managers lié à la divulgation d'informations additionnelles est de réduire les coûts de recherche de l'information engagés par les investisseurs et donc le coût du capital de la firme.

Richardson et al (1999) ont développé un modèle traitant de l'influence des publications sociétales sur le coût de capital de la firme. Ce modèle a permis de recenser trois effets engendrés par la divulgation sociétale : la réduction des coûts de transaction, la réduction de la prime du risque exigée par les actionnaires et l'orientation des investisseurs vers les entreprises socialement responsables. Ces effets recensés pourraient être susceptibles de réduire en conséquence le coût du capital de l'entreprise émettrice.

2) Le cadre conceptuel de l'étude:

L'éventualité de l'existence d'un lien entre la performance financière de l'entreprise et le niveau de divulgation sociétale a fait valoir des résultats mitigés. Certaines études ont constaté un lien positif entre les deux variables (Bowman et Haire, 1976 ; Preston, 1978 ; Abbott et Monsen, 1979 ; Roberts, 1992 ; Cormier et Magnan, 1999 ; 2002). En fait, selon la théorie économique, les entreprises financièrement performantes s'exposeraient plus volontiers aux coûts qu'implique la divulgation d'une information additionnelle. D'autres études ont mis en exergue un lien négatif (Patten 2002) vu que les entreprises performantes ne s'intéressent pas à satisfaire les besoins des parties prenantes puisqu'un tel exercice risquerait d'altérer les résultats futurs de l'entreprise (Damak-Ayadi, 2006). Un dernier groupe d'études a conclu simplement l'inexistence d'un lien entre la performance financière de l'entreprise et son niveau de divulgation (Belkaoui et Karpik, 1989 ; Patten, 1991 ; Oxibar, 2003, 2005).

Pour cela, nous nous permettons d'émettre l'hypothèse centrale suivante :

Hypothèse 1 : Il existe une relation positive entre la performance financière de l'entreprise et le niveau de sa divulgation volontaire des informations sociétales.

Cette hypothèse peut être scindée en deux sous-hypothèses :

Hypothèse 1a : Il existe une relation positive entre la performance financière de l'entreprise mesurée par le ROA et le niveau de sa divulgation volontaire des informations sociétales.

Hypothèse 1b : Il existe une relation positive entre la performance financière de l'entreprise mesurée par le ROE et le niveau de sa divulgation volontaire des informations sociétales.

Certaines études empiriques en matière de divulgation sociétale ont affirmé l'incidence de la structure de propriété de l'entreprise sur l'exercice de sa responsabilité sociétale (Keim, 1978 ; Ullmann, 1985 ; Roberts, 1992 ; Chau et Gray, 2002 ; Oxibar, 2003, 2005). En fait, les coûts d'agence sont susceptibles d'augmenter soit dans le cas d'une propriété concentrée si le capital de la société est sous l'emprise d'un actionnaire majoritaire soit dans le cas d'une propriété diluée si le nombre de détenteurs de la propriété est important. On s'attendait, dans les deux cas, à ce que les entreprises vont procéder à des divulgations supplémentaires des informations sociétales pour limiter les conflits d'intérêts satisfaire les attentes des actionnaires. D'autant plus, s'il s'agit d'un actionnariat activiste, les investisseurs vont influencer les stratégies de l'entreprise afin que les questions sociétales soient prises en compte. Ces derniers vont être exigeants en matière de divulgation sociale et environnementale.

Les résultats des études menées ont été très divergents. Aucun impact n'a été signalé de l'effet de la structure de propriété sur la divulgation sociétale pour l'étude de Robert (1992). Par contre, Oxibar (2003) a fini de trouver une relation négative entre la dilution du capital et la divulgation environnementale.

Ceci nous amène à énoncer l'hypothèse suivante :

Hypothèse 2 : Il existe une relation positive entre la concentration de propriété l'entreprise et le niveau de sa divulgation volontaire des informations sociétales.

L'impact du niveau d'endettement sur le volume des informations sociétales divulguées a été largement observé par les études antérieures. Certaines études (Robert, 1992) ont fondé leurs analyses sur la théorie de l'agence pour montrer que les coûts d'agence augmentent avec l'accroissement du niveau de la dette. D'où, les entreprises font recours davantage à la divulgation afin de rassurer les créanciers. Ces études ont pu affirmer qu'une relation positive se dégage entre le niveau d'endettement de l'entreprise et ses pratiques du reporting sociétal. Néanmoins, (Belkaoui et Karpik, 1989 ; Cormier, 2002) ont montré que les entreprises endettées n'ont pas intérêt à communiquer des informations sociétales sous l'hypothèse de la dette exposée dans le courant positif. Belkaoui et Karpik (1989), Cormier et Magnan (1999,

2002) et Oxibar (2003, 2005) sont parvenus à démontrer que les firmes dont le niveau d'endettement est élevé ont tendance à communiquer moins d'informations sociétales.

Eu égard à ces études, nous formulerons l'hypothèse suivante:

Hypothèse 3 : Il existe une relation négative entre le niveau d'endettement de l'entreprise et le niveau de sa divulgation volontaire des informations sociétales.

Certaines études ont prévu une relation potentielle entre le coût du capital de l'entreprise et l'étendue de sa divulgation sociétale (Diamond et Verrecchia, 1991 ; Verrecchia, 1999 ; Luzi, 2001 ; Richardson et Welker, 2001 ; Déjean et Martinez, 2009). En fait, les entreprises émettrices sont incitées à procéder à des divulgations additionnelles et plus particulièrement sociétales afin de réduire les coûts de recherche des informations engagés par les investisseurs et donc le du coût capital de la firme. (Richardson et Welker, 2001) ont pu démontrer une association négative entre le niveau d'informations divulguées et le coût du capital. Par contre, l'étude de (Déjean et Martinez, 2009) n'a pas conclu à une baisse du coût du capital à travers les pratiques de diffusion environnementale.

De ce fait, nous pouvons formuler l'hypothèse suivante :

Hypothèse 4 : Il existe une relation négative entre le coût du capital de l'entreprise et le niveau de sa divulgation volontaire des informations sociétales.

Une panoplie d'études explicatives en matière de divulgation sociétale (Trotman et Bradley, 1981 ; Ness et Mirza, 1991 ; Hackston et Milne, 1996 ; Adams et al, 1998 ; Gray et al 2001 ; Cormier et Magnan, 2003 ; Oxibar, 2003, 2005 ; Cormier et al, 2005 ; Gao et al, 2005) se sont situées dans la lignée des travaux du courant positif et ont repris l'hypothèse de la visibilité politique selon laquelle les entreprises les plus visibles politiquement sont les plus grandes. En ce sens, la divulgation sociétale permet de se prémunir des coûts politiques susceptibles d'être infligés à l'entreprise. Puisque ces coûts augmentent avec de la taille de l'entreprise, ceci laisse entrevoir une association positive entre la taille de l'entreprise et son niveau de divulgation. (Hackston et Milne, 1996 ; Gray et al, 2001 ; Oxibar, 2005) ont pu mettre en évidence une association positive et statistiquement significative entre la taille de l'entreprise avec son niveau de divulgation sociétale. Oxibar (2003) a démontré une relation positive entre la visibilité politique et la divulgation environnementale dans les rapports annuels.

Par conséquent, nous pouvons tester l'hypothèse suivante :

Hypothèse 5 : Il existe une relation positive entre le degré de visibilité politique de l'entreprise et le niveau de sa divulgation volontaire des informations sociétales.

Le secteur d'activité va être retenu comme une variable de contrôle dans notre étude. Les études antérieures sur les déterminants des pratiques de la divulgation sociétale soutiennent que le secteur d'activité de l'entreprise influence son niveau de divulgation. Les entreprises qui avancent dans des secteurs fortement exposés de point de vue environnemental font l'objet d'une attention particulière de la part du public. Elles sont tenues de divulguer des informations sur l'exercice de leur responsabilité sociétale afin de gérer les pressions du public.

La modalité de cette variable, la plus fréquemment adoptée par les études, est le degré d'exposition environnementale du secteur (Rockness et al, 1986 ; Patten, 1991 ; Ness et Mirza, 1991 ; Deegan et Gordon, 1996 ; Adams, Hill et Roberts, 1998 ; Backer et Naser 2000 ; Gray et al, 2001).

Ainsi, nous testerons l'hypothèse suivante :

Hypothèse 6 : Il existe une relation positive entre le secteur d'activité de l'entreprise et le niveau de sa divulgation volontaire des informations sociétales.

3) La méthodologie de la recherche :

Notre méthodologie se traduit par une démarche hypothéco-déductive permettant de confirmer ou d'infirmer les hypothèses de la recherche au niveau de 60 entreprises Canadiennes Cotées.

3.1) Approche d'analyse de la divulgation :

Notre étude se propose de mesurer le niveau de divulgation à travers la méthode du scoring. Le score de divulgation sera établi à partir d'un ensemble d'items classés en catégories. La construction de ce score va s'effectuer suite à l'attribution des scores binaires pour chaque item. A ce propos, nous allons mettre en place la grille d'analyse de Clarkson et Al (2008) après avoir choisi les critères qui correspondent au mieux avec l'objet de notre étude. Nous avons sélectionné 50 critères ou items regroupés en 7 catégories, dont le détail figure en annexe 1. Ces items nous serviront pour la construction d'un score sociétal composé d'un score social et un autre environnemental. Le score social est élaboré à partir de 39 items qui

sont regroupés en 6 catégories à savoir l'éthique, la communauté, la gouvernance, les clients, les fournisseurs et les employés. Le score environnemental est obtenu à partir de 11 items regroupés tous dans la catégorie Environnement.

3.2) Présentation des données :

Les données ont été extraites des rapports annuels relatifs aux exercices comptables 2008 et 2009 déposés sur la base de données SEDAR. Nous avons consulté le site officiel qui fournit un accès à la plupart des documents publics et des renseignements déposés par les sociétés ouvertes et les fonds d'investissement auprès des Autorités canadiennes en valeurs mobilières (ACVM) au système de dépôt SEDAR.

3.3) Présentation de l'échantillon :

Notre étude a ciblé les entreprises canadiennes cotées. Nous avons éliminé les institutions financières, les entreprises appartenant au secteur assurances et banques et les entreprises immobilières compte tenu des particularités des règles de présentation de leurs comptes. L'échantillon définitif renferme 60 entreprises cotées choisies au hasard appartenant à divers secteurs d'activité. La liste des entreprises du compile sur lequel porte notre étude empirique figure dans l'annexe 2.

3.4) La mesure des variables :

3.4.1) La mesure des variables explicatives :

Les variables explicatives sont réparties comme suit : des variables relevant de la théorie positive, une variable représentative de la théorie des signaux, une variable de contrôle et des indicateurs de la performance financière.

Mesure de la performance financière :

Les études antérieures procèdent à une évaluation de la performance financière à partir de données comptables (Oxibar 2003). En absence de mesures consensuelles de la performance financière des entreprises (Scholtens, 2008), les études empiriques ont fréquemment emprunté les indicateurs comptables suivants : le ROE (Bowman et Haire, 1975 ; Abbott et

Monsen, 1979 ; Oxibar, 2003 ; Zhang et Stern, 2007) et le ROA (McGuire et al, 1988 ; Russo & Fouts, 1997 ; Stanwick & Stanwick, 2000 ; Al-Tuwaijri et al, 2004 ; Clarkson et al, 2008).

Par conséquent, nous faisons appel à ces deux indicateurs comptables pour évaluer la performance financière:

$$\text{PERF FIN} \left\{ \begin{array}{l} = \text{ROE : ratio de rentabilité des capitaux propres} \\ = \text{résultat d'exploitation/capitaux propres} \\ = \text{ROA : ratio de rentabilité de l'actif} = \text{résultat net de l'exercice/total actif.} \end{array} \right.$$

Mesure de la concentration de propriété :

Si le capital de l'entreprise est détenu par un ou plusieurs actionnaires majoritaires, il s'agit alors d'une propriété concentrée sinon il s'agit d'une propriété diluée. Pour le cas des entreprises canadiennes, à la connaissance de la direction de la Société, si une personne détient, directement ou indirectement, plus de 10 % de toutes les actions comportant droit de vote de la société ou exerce un contrôle ou a la main haute sur plus de 10 % de ces actions, cette personne est considérée comme un actionnaire majoritaire.

$$\text{CONC PROP} \left\{ \begin{array}{l} = 1 \text{ si le capital est détenu par au moins un actionnaire majoritaire} \\ = 0 \text{ sinon} \end{array} \right.$$

Mesure du niveau d'endettement :

La mesure du niveau d'endettement par le ratio (Dettes Long et Moyen Terme) / (Total Actif) a été adoptée par l'unanimité des études explicatives en matière de divulgation sociétale. Nous citons à titre indicatif les études de Belkaoui et Karpik (1989), Roberts (1992), Cormier et Magnan (1999), Oxibar (2003,2005)...

Nous retenons le ratio d'endettement comme mesure du niveau d'endettement de l'entreprise:

$$\text{END} = \text{Dettes Financières Long et Moyen Terme} / \text{Total Actif.}$$

Mesure du coût du capital :

Selon la théorie financière, le coût du capital est calculé à travers le ratio suivant :

$$CC = W_d K_d + W_e K_e$$

Avec:

W_d = Proportion de la dette dans le capital

K_d = Coût de la dette net d'impôt

W_e = Proportion des fonds propres dans le capital

K_e = Coût des fonds propres

Selon le modèle de Gordon et Shapiro (1956), $K_e = (D_t / V_0) + g$

Avec :

D_t = Dividende à distribuer au cours de la période

V_0 = La valeur fondamentale de l'action

g = Taux de croissance des dividendes

Mesure de la visibilité politique :

Conformément à l'hypothèse des coûts politiques exposée dans le courant positif, la variable taille a été fréquemment avancée dans les études empiriques comme mesure du degré de la visibilité politique des firmes. Plusieurs mesures ont été proposées par la littérature pour tenir compte de la taille de l'entreprise. Trotman et Bradley (1981) ont appréhendé la taille de l'entreprise par le total du bilan et le chiffre d'affaires. Belkaoui et Karpik (1989) ont évalué également la taille de l'entreprise par son chiffre d'affaires. Oxibar (2003,2005) a mesuré la taille de l'entreprise par le total actif.

Nous proposons l'indicateur suivant comme une mesure de la taille de l'entreprise:

VISIBILITE POLITIQUE (VP) = Logarithme Naturel (Total Actif du bilan) = Ln (Total Actif du bilan)

Mesure du secteur d'activité :

(Rockness et al, 1986 ; Patten, 1991 ; Roberts, 1992 ; Adams et al, 1998 ; Stray et Ballantine, 2000 ; Campbell, 2003 ; Cormier et al, 2004 ; Damak-Ayadi, 2004 ; Cho et Roberts, 2009) ont répertorié les industries d'appartenance des entreprises en deux groupes. Le premier

groupe est formé par les secteurs d'activités fortement exposés de point de vue environnemental à savoir le pétrole, les mines, les produits chimiques, énergie et les activités de construction. Le second groupe formé par les secteurs d'activités faiblement exposés de point de vue environnemental englobe les autres secteurs non signalés au sein du premier groupe. Cette classification permet d'introduire une variable binaire reflétant l'idée du secteur exposé (Roberts, 1992 ; Bewely et al, 2000 ; Patten, 2002).

Nous allons utiliser la variable dichotomique suivante comme mesure du secteur d'activité :

$$\text{SECTEUR} \begin{cases} =1 \text{ si l'industrie d'appartenance est parmi les secteurs d'activités fortement} \\ \text{exposés de point de vue environnemental} \\ = 0 \text{ sinon.} \end{cases}$$

3.4.2) La mesure de la variable à expliquer :

La variable à expliquer correspond au niveau de la divulgation des informations sociétales.

Cette variable sera mesurée à travers des scores sociétaux, sociaux et environnementaux dégagés par la mise en place de la grille d'analyse de contenu de Clarkson et al (2008).

3.4.3) Les modèles de l'étude :

Compte tenu de la réunion de toutes les conditions requises pour l'application de la méthode régression, nous nous proposons d'estimer les modèles de régression suivants :

$$SS_{it} = \alpha 0_t + \alpha 1_t (ROE)_{it} + \alpha 2_t (ROA)_{it} + \alpha 3_t (CONC PROP)_{it} + \alpha 4_t (END)_{it} + \alpha 5_t (CC)_{it} + \alpha 6_t (VP)_{it} + \alpha 7_t (SECTEUR)_{it} + \varepsilon_{it}.$$

$$SE_{it} = \beta 0_t + \beta 1_t (ROE)_{it} + \beta 2_t (ROA)_{it} + \beta 3_t (CONC PROP)_{it} + \beta 4_t (END)_{it} + \beta 5_t (CC)_{it} + \beta 6_t (VP)_{it} + \beta 7_t (SECTEUR)_{it} + \varepsilon_{it}.$$

$$ST_{it} = \gamma 0_t + \gamma 1_t (ROE)_{it} + \gamma 2_t (ROA)_{it} + \gamma 3_t (CONC PROP)_{it} + \gamma 4_t (END)_{it} + \gamma 5_t (CC)_{it} + \gamma 6_t (VP)_{it} + \gamma 7_t (SECTEUR)_{it} + \varepsilon_{it}.$$

Avec :

SS_{it} : Scores de divulgation sociale

SE_{it} : Scores de divulgation environnementale

ST_{it} : Scores de divulgation sociétale totale

α_{it} , β_{it} et γ_{it} : Coefficients des équations ;

ROE_{it} : ratio de rentabilité des capitaux propres;

ROA_{it} : ratio de rentabilité de l'actif;

$CONC PROP_{it}$: concentration de propriété ;

END_{it} : ratio d'endettement ;

CC_{it} : coût du capital

VP_{it} : logarithme naturel du total actif ;

$SECTEUR_{it}$: secteur d'activité ;

ε_{it} : terme d'erreur, les erreurs sont distribuées selon la loi Normale (Homoscédasticité des erreurs)

Les indices i et t des variables explicatives et de la variable à expliquer correspondent respectivement à l'entreprise et à la période de l'étude.

4) Présentation et interprétation des résultats :

Nous allons présenter et discuter les résultats émergents de l'analyse descriptive des variables et de l'analyse de la régression.

4.1) Résultats de l'analyse descriptive des variables :

Nous exposerons dans ce qui suit les statistiques descriptives des variables ainsi que l'étude des corrélations.

4.1.1) Statistiques descriptives des variables :

Le tableau 1 fournit les statistiques descriptives des variables sur les deux années de l'étude.

Tableau 1 : Statistiques descriptives 2008 et 2009

Variables	Statistiques descriptives 2008				Statistiques descriptives 2009			
	Moyenne	Ecart-type	Min	Max	Moyenne	Ecart-type	Min	Max
SS	0.256	0.090	0.02	0.48	0.278	0.102	0.02	0.48
SE	0.03	0.028	0	0.1	0.031	0.025	0	0.1
ST	0.286	0.108	0.02	0.58	0.309	0.119	0.02	0.56
ROE	-1.211	9.25	-1.563	1.857	0.092	0.672	-1.962	3.771
ROA	-0.082	0.316	-1.787	0.352	-0.0001	0.207	-0.799	0.36
CONCPROP	0.75	0.436	0	1	0.733	0.445	0	1
END	0.162	0.213	0	1.224	0.157	0.145	0	0.547
CC	0.066	0.032	0.021	0.138	0.075	0.034	0.036	0.1421
VP	2.346	1.225	0.041	4.613	5.459	2.756	0.148	10.66
SECTEUR	0.483	0.503	0	1	0.483	0.503	0	1

Il apparait que le score moyen de divulgation des informations sociétales des entreprises canadiennes de l'échantillon est égal à 0.286 en 2008 et à 0.309 en 2009. Ce score varie entre 0.02 et 0.58. Les composantes de l'information sociétale soient l'information sociale et l'information environnementale sont divulguées respectivement selon un score moyen de 0.256 et de 0.03 en 2008 et un score moyen de 0.278 et de 0.031 en 2009.

4.1.2) *L'étude des corrélations des variables :*

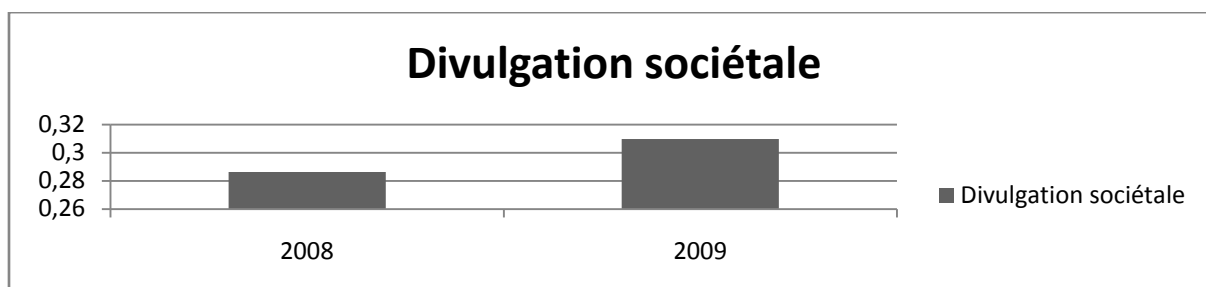
Le tableau 2 qui figure en annexe 3 fait apparaitre l'étude des corrélations entre les variables explicatives.

Les résultats du test de Pearson indiquent que les variables explicatives ne présentent pas une forte corrélation.

4.3.1) *Analyse du niveau de divulgation des entreprises Canadiennes :*

Les figures 1, 2 et 3 illustrent les différents niveaux de divulgation des informations non financières des entreprises canadiennes de l'échantillon. L'étendue de ce reporting semble être satisfaisante. En plus, il suit une tendance à la progression sur la période étudiée.

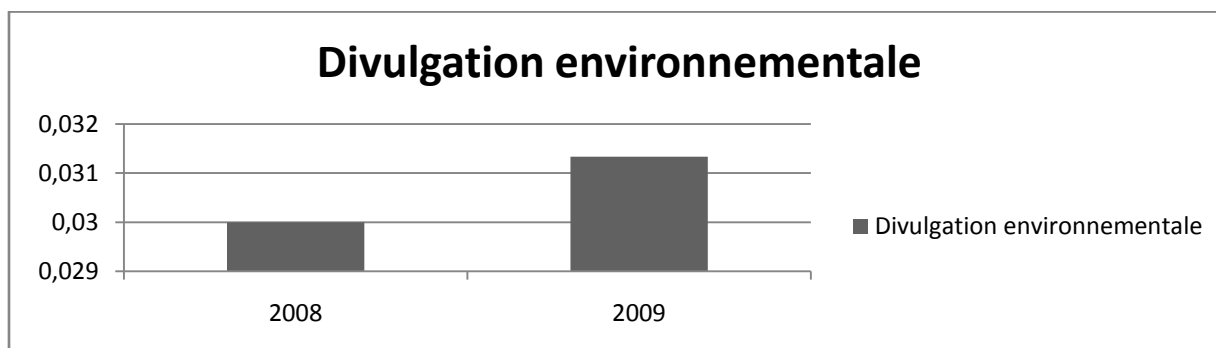
Figure 1 : Niveaux de divulgation sociétale des entreprises Canadiennes



En effet, il apparaît que le niveau de divulgation sociétale a enregistré une hausse en passant d'un score moyen de 0,286 en 2008 à un score moyen de 0,309 en 2009 comme le montre la figure 1. Ces résultats trouvent leur justification dans le cadre de la conviction des entreprises canadiennes de l'intérêt pertinent de divulguer sur les conséquences sociales et environnementales de leurs activités économiques dans un contexte marqué par la prise de conscience écologique et du développement durable.

Il ressort de la figure 2 et de la figure 3 que l'accroissement du niveau de divulgation sociétale est dû à une légère hausse enregistrée au niveau de la divulgation environnementale et à une augmentation enregistrée au niveau de la divulgation sociale.

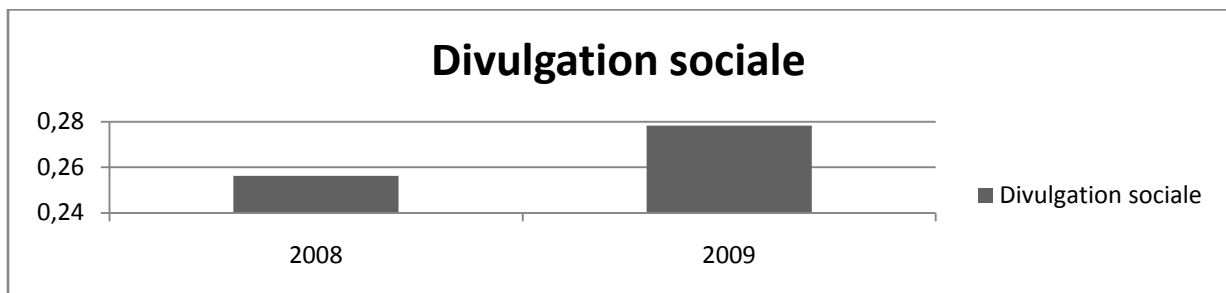
Figure 2 : Niveaux de divulgation environnementale des Entreprises Canadiennes



La figure 2 donne un aperçu sur le niveau de divulgation environnementale au cours de la période étudiée. Les score moyen de cette divulgation a été de 0,03 en 2008 et de 0,0313 en

2009. Ceci s'explique par la conscience des entreprises canadiennes appartenant à l'échantillon de la nécessité de dépasser l'antagonisme entre économie et écologie. Les entreprises s'intéressent de plus en plus à l'environnement et à sa préservation en mettant en œuvre différents moyens à travers l'adoption des politiques environnementales, la fixation des objectifs et des programmes pour la réduction de la consommation des énergies et pour l'utilisation des énergies renouvelables...

Figure 3 : Niveaux de divulgation sociale des entreprises Canadiennes



D'après la figure 3, le score moyen de divulgation sociale est passé de 0,256 en 2008 à 0,278 en 2009. Ces résultats confirment que les entreprises cherchent à jouer un rôle social important et à légitimer leur existence et leurs activités vis-à-vis des différentes parties prenantes.

4.2) Résultats de l'analyse multi variée des variables :

Les tableaux 3, 4 et 5 présentent les résultats de l'estimation des trois modèles en utilisant une régression linéaire multiple au sens des moindres carrés ordinaires. Ces tableaux font apparaître la valeur des coefficients des trois équations, le R^2 ajusté destiné à tester la qualité de la régression, le F indiquant le caractère globalement significatif de la régression et les seuils de signification. Nous avons retenu les seuils de signification consensuels : *** variable significative au seuil de 1% ; ** variable significative au seuil de 5% ; * variable significative au seuil de 10%.

Tableau 3: Analyse des résultats du modèle de la divulgation sociétale

Variables	2008		2009		Hypothèses confirmées /Infirmées			
	Coef	Sign	Coef	Sign	2008		2008	
					C	I	C	I
ROE	-0,034	0,145	0,0006	0,701		H1a		H1a
ROA	0,049	0,452	0,0009	0,521		H1b		H1b
CONCPROP	0,017	0,014**	0,729	0,06*	H2		H2	
END	-0,211	0,051*	-0,032	0,192	H3			H3
CC	-0,873	0,038**	-0,693	0,07*	H4		H4	
VP	0,042	0,000***	0,072	0,000***	H5		H5	
SECTEUR	0,073	0,009***	0,228	0,001***	H6		H6	
R ² ajusté	40,39%		22,40%					
Statistique F	7,664		3,391					
Valeur de p	0		-0,005					

C: Confirmée, I: Infirmée, * variable significative au seuil de 1% ; ** variable significative au seuil de 5% ; * variable significative au seuil de 10%.**

Les résultats indiquent que la concentration de propriété, le niveau d'endettement, le coût du capital, la visibilité politique et le secteur d'activité impactent significativement la divulgation sociétale des entreprises canadiennes de l'échantillon de notre étude. Aucun impact significatif de la performance financière sur cette divulgation n'a été décelé.

L'hypothèse relative à la performance financière

La performance financière mesurée par ROE est négativement corrélée avec la divulgation sociétale en 2008. Par contre, nous avons trouvé une association positive non significative entre la performance financière et la divulgation sociétale en 2009. Cependant, mesurée par le ROA, les deux variables sont corrélées dans le sens attendu pendant les deux années de l'étude. Par conséquent, la performance financière mesurée par le ROA semble être une variable explicative non significative de la divulgation sociétale. Ceci nous amène à infirmer l'hypothèse relative à la performance financière.

L'hypothèse relative à la concentration de propriété

En 2008, la concentration de propriété impacte au seuil de 5% la divulgation sociétale dans le sens prévu. De même, en 2009, cette variable paraît une variable explicative et significative au seuil de 10 %. On peut affirmer que les entreprises canadiennes dont la propriété est concentrée sont plus enclines à divulguer volontairement des informations relatives à leur engagement sociétal. Par conséquent, l'hypothèse relative à la structure de propriété est confirmée.

L'hypothèse relative au niveau d'endettement

Les résultats soulignent l'impact négatif et significatif au seuil de 10 % du niveau d'endettement sur la divulgation sociétale en 2008. En 2009, nous avons constaté également un impact négatif entre les deux variables. Le sens trouvé correspond au sens de la causalité prévue. Ce résultat confirme les travaux de Belkaoui et Karpik (1989) qui soutiennent que l'entreprise n'est endettée, plus elle s'abstient à divulguer des informations sociétales. Pour cela, l'hypothèse du niveau d'endettement est partiellement acceptée.

L'hypothèse relative au coût du capital

Nous avons constaté un lien négatif et significatif au seuil de 5% en 2008 et au seuil de 10% en 2009 dans le sens attendu entre le coût du capital et la publication d'information sociétale. Ceci confirme l'idée que la communication sociétale fait partie d'une démarche d'optimisation adoptée par les entreprises pour diminuer le coût d'accès au capital. Ce résultat corrobore l'étude de Richardson et Welker (2001). Par conséquent, l'hypothèse relative au coût du capital est validée.

L'hypothèse relative à la visibilité politique

Cette hypothèse a été confirmée au seuil de 1% sur les deux années de l'étude. Ce résultat corrobore en lui-même plusieurs travaux (Trotman et Bradley, 1981 ; Ness et Mirza, 1991 ; Adams et al, 1998 ; Gray et al 2001 ; Cormier et Gordon, 2001 ; Cormier et Magnan, 2003 ; Cormier et al, 2005 ; Gao et al, 2005 ; Oxibar, 2003 ; 2005). Les entreprises visibles politiquement sont incitées à diffuser davantage des informations sociétales.

L'hypothèse relative au secteur d'activité

Une relation positive significative au seuil de 1% sur la période de l'étude a été mise en évidence entre le secteur d'activité de l'entreprise et le niveau de sa divulgation sociétale. Le sens de la relation correspond au sens prévu. Le secteur d'activité paraît un facteur

déterminant de la divulgation sociétale pour les entreprises canadiennes. D'où, nous acceptons l'hypothèse relative au secteur d'activité.

Tableau 4: Analyse des résultats du modèle de la divulgation sociale

Variables	2008		2009		Hypothèses Confirmées/ Infirmées			
	Coef	Sign	Coef	Sign	2008		2009	
					C	I	C	I
ROE	-0,032	0,125	-0,01	0,937		H1a		H1a
ROA	0,038	0,5	0,027	0,517		H1b		H1b
CONCPROP	0,028	0,107	0,047	0,092*		H2	H2	
END	-0,202	0,033**	-0,032	0,192	H3			H3
CC	-0,661	0,071*	-1,073	0,021**	H4		H4	
VP	0,036	0,000***	0,058	0,000***	H5		H5	
SECTEUR	0,029	0,438	0,003	0,878		H6		H6
R ² ajusté	37,85%		17,90%					
Statistique F	6,99		2,807					
Valeur de p	0		-0,015					

C: Confirmée, I: Infirmée, * variable significative au seuil de 1% ; ** variable significative au seuil de 5% ; * variable significative au seuil de 10%.**

Les résultats témoignent que la concentration de propriété, le niveau d'endettement, le coût du capital et la visibilité politique affectent de façon significative la divulgation sociale. Ni la performance financière ni le secteur d'activité impactent ce type de divulgation chez les entreprises Canadiennes.

L'hypothèse relative à la performance financière

Nous avons conclu à une association négative non significative entre la performance financière mesurée par ROE et la divulgation sociale sur la période de l'étude. Le sens de la causalité ne correspond pas au sens prévu. En revanche, cette variable mesurée par ROA est corrélée dans le sens attendu avec la divulgation sociale en 2008 et 2009. D'où, nous pouvons rejeter l'hypothèse de la performance financière.

L'hypothèse relative à la concentration de propriété

En 2008, la concentration de propriété est corrélée avec la divulgation sociale dans le sens prévu. Par contre, cette variable affecte significativement au seuil de 10% la divulgation sociale en 2009. Ainsi, l'hypothèse de la concentration de propriété est partiellement confirmée.

L'hypothèse relative au niveau d'endettement

L'impact négatif et significatif du niveau d'endettement sur la divulgation sociale a été largement observé en 2008 au seuil de 5 %. En 2009, nous avons obtenu également une relation négative mais non significative entre les deux variables. De ce fait, l'hypothèse relative au niveau d'endettement est partiellement validée.

L'hypothèse relative au coût du capital

Nous avons trouvé que le coût du capital influence la divulgation sociale de manière significative au seuil de 10% en 2008 et au seuil de 5% en 2009. Le sens de la corrélation est celui du sens prévu sur les deux années. D'où, nous acceptons l'hypothèse relative au coût du capital.

L'hypothèse relative à la visibilité politique

Cette hypothèse a été confirmée au seuil de 1% en 2008 et 2009.

L'hypothèse relative au secteur d'activité

En 2008 comme en 2009, nous avons constaté une association positive non significative entre le secteur d'activité et la divulgation sociale. Le sens trouvé correspond au sens prévu. Ainsi, cette hypothèse est infirmée.

Tableau 5 : Analyse des résultats du modèle de la divulgation environnementale

Variables	2008		2009		Hypothèses Confirmées/ Infirmées			
	Coef	Sign	Coef	Sign	2008		2009	
					C	I	C	I
ROE	0,0009	0,481	0,0001	0,704		H1a		H1a
ROA	0,01	0,501	0,017	0,175		H1b		H1b
CONCPROP	0,041	0,216	0,015	0,469		H2		H2
END	-0,011	0,165	0,013	0,796		H3		H3
CC	-0,212	0,039**	-0,011	0,036**	H4		H4	
VP	0,005	0,000***	0,013	0,000***	H5		H5	
SECTEUR	0,013	0,021**	0,323	0,001***	H6		H6	
R ² ajusté	24,40%		23,91%					
Statistique F	4,174		3,604					
Valeur de p	-0,002		-0,003					

C: Confirmée, I: Infirmée, *** variable significative au seuil de 1% ; ** variable significative au seuil de 5% ; * variable significative au seuil de 10%.

La divulgation environnementale est influencée significativement par le coût du capital, la visibilité politique et le secteur d'activité. Cette divulgation n'est tributaire ni de la performance financière de l'entreprise, ni de sa concentration de propriété, ni de son niveau d'endettement.

L'hypothèse relative à la performance financière

La performance financière mesurée soit par ROE soit par ROA est liée positivement avec la divulgation environnementale pendant la période de l'étude. Le sens trouvé correspond au sens attendu. Ce résultat confirme les travaux de Cormier et Magnan (1999) qui ont trouvé une relation positive entre le ratio de rentabilité de l'actif (ROA) et la divulgation environnementale des entreprises canadiennes. Par voie de conséquence, l'hypothèse de la performance financière est rejetée.

L'hypothèse relative à la concentration de propriété

La concentration de propriété et la divulgation environnementale sont liées dans sens prévu. Nous avons montré un lien positif non significatif entre les deux variables en 2008 et 2009. D'où, l'hypothèse relative à la concentration de propriété est infirmée dans le contexte Canadien.

L'hypothèse relative au niveau d'endettement

En 2008, nous avons identifié une corrélation négative entre le niveau d'endettement et la divulgation environnementale. Le sens trouvé est celui du sens prévu. Ceci confirme les travaux d'Oxibar (2003) qui a trouvé une relation négative entre le niveau d'endettement de l'entreprise et la divulgation environnementale dans les rapports annuels. Par contre, en 2009, le niveau d'endettement est associé positivement à la divulgation environnementale. D'où, nous nous permettons de rejeter cette hypothèse.

L'hypothèse relative au coût du capital

Cette hypothèse a été confirmée à un seuil de 5% sur les deux années 2008 et 2009. D'où l'hypothèse relative au coût du capital est confirmée. Les entreprises Canadiennes peuvent réduire le coût de leur capital à travers la divulgation environnementale. Ce résultat contredit celui de (Déjean et Martinez, 2009).

L'hypothèse relative à la visibilité politique

L'hypothèse de la visibilité politique a été confirmée au seuil de 1% pour la divulgation environnementale pendant les deux années de l'étude. Ce résultat est corroboratif de celui de Oxibar (2003) qui a démontré que les grandes entreprises sont incitées à procéder à des divulgations environnementales dans les rapports annuels. Cette hypothèse est validée.

L'hypothèse relative au secteur d'activité

Nous avons observé une relation positive et significative au seuil de 5% en 2008 et au seuil de 1 % en 2009 entre le secteur d'activité et la divulgation environnementale. Ce résultat confirme les études antérieures qui soutiennent que les entreprises qui avancent dans des secteurs fortement exposés de point de vue environnemental sont plus enclines à divulguer des informations environnementales. Par conséquent, l'hypothèse relative au secteur d'activité est acceptée.

Conclusion

Nous pouvons affirmer que le modèle fondé sur la théorie positive associée à la théorie des signaux est doté d'un fort pouvoir explicatif pour la détermination des facteurs conduisant à s'engager dans une démarche de responsabilisation sociétale pour les entreprises canadiennes de l'étude. D'ailleurs, les variables représentatives de ces deux théories ont été validées dans le contexte canadien. Paradoxalement, la théorie positive et la théorie des signaux sont incapables à elles-seules d'expliquer entièrement le phénomène de la divulgation volontaire des informations sociétales. D'une part, « Selon Freedman et Stagliano (1992), il est probable qu'il n'existe pas qu'une seule motivation pour diffuser des informations sociétales. Celles-ci dépendent, en grande partie, de l'attitude des dirigeants vis à vis des parties prenantes de l'entreprise. Que les diffusions dépendent de motivations économiques ... qu'il s'agisse d'une réaction aux besoins des utilisateurs ... ou qu'elles découlent de motivations politiques ... elles sont probablement la conséquence de la perception qu'à chaque dirigeant du monde auquel il est confronté ». Dans le même ordre d'idées, Deegan (2002) insiste sur le caractère discrétionnaire de la diffusion des informations sociétales et dresse une liste des raisons qui poussent les dirigeants à prendre la décision de publier de telles informations.

D'autre part, Milne (2002) critique fortement le recours à la théorie positive et aux travaux de Watts Zimmerman (1978) pour expliquer le phénomène de la divulgation sociétale. Il considère ainsi que les travaux de Watts et Zimmerman (1978) ont été détournés de leur finalité à savoir la prévision du choix de méthodes comptables et de comportement de lobbying destinés à empêcher ou réduire les transferts de richesses.

Par rapport aux études antérieures, notre apport sur le plan théorique a consisté de combiner le cadre théorique classique en matière de divulgation sociétale et les approches théoriques permettant la modélisation du phénomène. En effet, la majorité des études explicatives en matière de divulgation sociétale s'inscrit habituellement dans le cadre de la théorie des parties prenantes et la théorie de la légitimité, puisque ces deux théories ont été considérées comme les références théoriques incontournables en la matière. La théorie positive n'a pas été fréquemment sollicitée dans les études faites en la matière, de même pour la théorie des signaux.

Sur le plan méthodologique, notre étude présente la particularité d'avoir introduit une considération méthodologique. Ce travail nous a permis d'exposer et d'appliquer une des plus

récentes grilles d'analyse du contenu, grille de Clarkson et Al (2008), afin de pouvoir analyser le niveau de divulgation sociétale. Le choix de cette grille est en fait fondé. Puisque nous avons envisagé la divulgation sociétale sous l'angle de la théorie des parties prenantes et la théorie de la légitimité, cette grille permet d'évaluer à quel niveau une entreprise peut adopter, soutenir et appliquer un ensemble de valeurs afin de promouvoir sa légitimité sociale envers les différentes parties prenantes (clients, fournisseurs, employés, communautés,...).

Pour les recherches futures, nous suggérons de mener des études comparatives entre plusieurs pays. En effet, la comparaison des pratiques de divulgation volontaire des informations sociétales contribue à mieux comprendre ces pratiques et à souligner les facteurs explicatifs.

Notre travail n'était qu'une tentative d'identification de quelques facteurs explicatifs de la divulgation sociétale. Cependant, il existe certainement d'autres facteurs qui résultent de cette divulgation. Nous suggérons encore de mener des études permettant de déceler d'autres facteurs qui sont de nature à impacter les pratiques de publication volontaire des informations sociétales. Par exemple la structure de la gouvernance, l'existence d'une structure chargée du reporting sociétal dans l'entreprise, la personnalité du dirigeant, le contexte culturel semblent être des facteurs explicatifs de la divulgation sociétale

Une revue approfondie de la littérature montre que la plupart des études en matière de reporting sociétal s'est focalisée sur l'expérience de l'Europe, des Etats-Unis et l'Australie. Selon (Gray et al, 1996), le reporting sociétal est devenu nécessaire dans les pays en voie de développement vu la présence des multinationales des pays développés. Il semble alors intéressant pour les recherches futures d'enrichir la littérature en matière de reporting sociétal avec des études qui portent sur les pays en voie de développement.

En l'absence d'une législation rigoureuse et contraignante, nous sommes amenés à douter de la qualité satisfaisante des divulgations non financières. Puisque ces informations se sont avérées nécessaires pour une meilleure adaptation aux enjeux du développement durable, la question de la qualité des divulgations sociétales est cruciale. « D'après Tietenberg (1998), une information inappropriée ou partielle serait pire que l'absence d'information dans la mesure où elle favoriserait ou une impression injustifiée ou des craintes infondées». La qualité de la divulgation sociétale pourrait constituer aussi une piste de recherche future.

Bibliographies

- Abbott, W.F., Mosen R.J. (1979). On the measurement of corporate social responsibility: self-reported disclosures as a method of measuring corporate social involvement. *Academy of Management Journal*, September: 501-515.
- Adams, C.A., Hill, W.Y., Roberts, C.B. (1998). Corporate social reporting practices in Western Europe: legitimating corporate behavior? *British Accounting Review* 30: 1-21.
- Aerts W., Cormier M., Magnan M. (2006). Corporate environmental disclosure, financial markets and the media and the media: an international perspective. February 2006.
- Baker, N.A., Naser, K. (2000). Empirical evidence on corporate social disclosure practices on Jordan. *International Journal of Commerce and Management* 10: 18-34.
- Ball, R. (2006). International Financial Reporting standards (IFRS): Pros and cons for Investors. *Accounting and Business Research* 36: 5-27.
- Belkaoui, A., Karpik, P. (1989). Determinants of the corporate decision to disclose social Information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 2 (1): 36-51.
- Bewley, K., Li, Y. (2000). Disclosure of environmental information by Canadian manufacturing companies: a voluntary disclosure perspective. *Advances in environmental accounting and management* 1: 201-226.
- Bowman, E.H., Haire, M. (1976). Social impact disclosure and corporate annual reports. *Accounting, Organizations and Society* 1 (1): 11-21.
- Campbell, D. (2003). Intra and intersectoral effects in environmental disclosure: evidence for legitimacy theory. *Business Strategy and the Environment* 12 (6): 357-371.
- Chau, G.K., Gray, S.J. (2002). Ownership structure and corporate voluntary disclosure in Hong Kong and Singapore. *The International Journal of Accounting* 37: 247-265.
- Cho, C.H., Patten, D.M. (2007). The role of environmental disclosure as tools of legitimacy: A research Note. *Accounting, Organizations and Society* 32 (7-8): 639-647.
- Cho, C.H., Roberts, R.W. (2009). The language of corporate environmental disclosure: a research note. Conference of the American Accounting Association Public Interest Section.
- Cormier, D. (2002). Comptabilité anglo-saxonne et internationale. *Economica, Collection Gestion*.
- Cormier, D., Magnan, M. (1999). Corporate environmental disclosure strategies: determinants, costs and benefits. *Journal of accounting, auditing and finance* 14 (4): 429-451.
- Cormier, D., Magnan, M. (2002). The contribution of environmental reporting to investor's valuation of a firm's earnings: an international comparison. Working paper of CRG, n° 13-2002.
- Cormier, D., Magnan, M. (2003). La communication d'information environnementale un enjeu stratégique pour les entreprises. *Revue des Sciences de Gestion (Economie et Société)* 33 (1), Printemps.
- Cormier, D., Magnan, M., Van Vethoven, B. (2005). Environmental disclosure quality in large German companies: Economic incentives, public pressures or institutional conditions? *European Accounting Review* 14 (1): 3-39.

- Cowen, S., Ferreri, L., Parker L.D. (1987). The impact of corporate characteristics on social responsibility disclosure: a typology and frequency based analysis. *Accounting, Organizations and Society* 12 (2): 111-122.
- Damak-Ayadi, S. (2004). La publication des rapports sociétaux par les entreprises françaises. Doctorat en Sciences de gestion, Paris : Université de Paris 9 Dauphine.
- Damak-Ayadi, S. (2006). Analyse des facteurs explicatifs de la publication des rapports sociétaux en France. *Comptabilité Contrôle Audit* 12 : 73-116.
- Déborah, P. (2006). La communication environnementale organisationnelle comme stratégie de légitimation = Organisational Environmental Communication as Legitimation Strategy. *Management International* ISSN 1206-1697, 10 (3) : 125.
- Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 15 (3): 282-311.
- Deegan, C., Rankin, M. (1997). The materiality of environmental information to users of annual reports. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 10 (4): 562-583.
- Déjean, F., Martinez I. (2009). Communication environnementale des entreprises de SBF 120 : déterminants et conséquences sur le coût du capital actions. *Revue de la Comptabilité Contrôle Audit* 15 (1) : 55-78.
- Diamond, D., Verrecchia, R.E. (1991). Disclosure and the cost of capital. *Journal of Finance* VI (4): 1325-1395.
- Gao, S.S., Heravi, S., Xiao, J.Z. (2005). Determinants of corporate social and environmental reporting in Hong Kong: a research note. *Accounting Forum* 29: 293-331.
- Giordano-Spring, S., Rivière-Giordano, G. (2007). Reporting sociétal à l'épreuve des théories normatives comptables, papier présenté au 28^{ème} Congrès Annuel de l'Association Francophone de la Comptabilité, Poitiers 2007.
- Gray, R., Javad, M., Power, D.M., Sinclair, C.D. (2001). Social and environmental disclosure And corporate characteristics: A research Note and extension. *Journal of Business Finance and Accounting* 8 (2): 47-77.
- Hackston, D., Milne, M. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 9(1): 77-108.
- Healy, P.M., Palepu, K.G. (2001). Information Asymmetry, Corporate disclosure and the Capital Markets: a review of The Empirical Disclosure Littérature. *Journal of Accounting and Economics* 31 (1-3): 405-440.
- Henriques, I., Sadorsky, P. (1996). The determinants of an environmentally responsive firm: An empirical approach. *Journal of Environmental and Management* 30: 381-395.
- Keim, G. D. (1978). Managerial behavior and the social responsibilities debate: goals versus Constraints. *Academy of Management Journal* 21 (1) : 57-68.

- Lauriol, J. (2004). Le développement durable à la recherche d'un corps de doctrine. *Revue française de gestion* 2004/5 (152) : 137-150.
- Luzi, H. (2001). The impact of voluntary disclosures on the ex-ante cost of capital for swiss firms. Working paper.
- Milne, M.J. (2002). Positive accounting Theory, political costs and social disclosure analyses: a critical look. *Critical Perspectives on Accounting* 13: 369-395.
- Moneva, J.M., Llena, F. (2000). Environmental disclosures in the annual reports of large companies in Spain. *The European Accounting Review* 29 (1): 7-29.
- Moskowitz, M. (1972). Choosing socially responsible stocks. *Business and Society Review* 1 : 71-75.
- Ness, K.E., Mirza, A.M. (1991). Corporate social disclosure: A note on a test of agency theory. *British Accounting Review* 23 (3) : 211-218.
- Oxibar, B. (2003). La diffusion d'informations sociétales dans les rapports annuels et les sites internet par les entreprises françaises. Doctorat en Sciences de Gestion, Paris : Université de Paris 9 Dauphine.
- Oxibar, B. (2005). La diffusion d'information sociétale :outils de mesure et déterminants. Une comparaison multi-supports, papier présenté au 26^{ème} Congrès Annuel de l'Association Francophone de la Comptabilité, Mai 2005.
- Patten, D.M. (1991). Exposure legitimacy and social disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy* 10: 297-308.
- Patten, D.M. (2002). The relation between environmental performance and environmental disclosure: A research Note. *Accounting Organisation and Society* 4 (3): 763-773.
- Pellé-Culpin, I. (1998). Du paradoxe de la diffusion d'informations environnementales par les entreprises européennes. Doctorat en Sciences de Gestion, paris : Université de Paris 9 Dauphine.
- Preston, L.E. (1978). Analysing corporate social performance: methods and results *Journal of Contemporary Business*, hiver.
- Richardson, A., Welker, M. (2001). Social disclosure, financial disclosure and the cost of Equity capital. *Accounting Organizations and Society* 26: 597-616.
- Richardson, A., Welker, M., Hutchinson I.R. (1999). Managing capital market reactions to corporate social responsibility. *International Journal of Management Review* March: 17-43.
- Roberts, R.W. (1992). Determinants of corporate social responsibility disclosure: An application of stakeholder theory. *Accounting, Organizations and Society* 17 (6): 595-612.
- Rockness, J., Schlachter, P., Rockness, H. (1986). Hazardous waste disposal, corporate disclosure and financial performance. *Journal of Business, Finance and Accounting* 12: 339-354.
- Scholtens, B. (2008). A Note of the interaction between corporate social responsibility and financial performance. *Ecological Economics* 68: 46-55.
- Stray, S., Ballantine, J. (2000). A sectoral comparison of corporate environmental reporting and disclosure. *Eco-Management and business* 7 (4): 165-171.

- Tietenberg, T. (1998). Disclosure strategies for pollution control. *Environmental and Resource Economics* 11 (4): 587-602.
- Trotman, K.T., Bradely, G.W. (1981). Associations between social responsibility disclosure and characteristics of companies. *Accounting, Organizations and Society* 6 (4): 355-362.
- Ullmann, A. (1985). Data in search of a theory: a critical examination of the relationship among social performance, social disclosure and economic performance of U.S. firms. *Academy of Management Review* 10 (3): 540-577.
- Verrecchia, R.E. (1999). Disclosure and the cost of capital: a discussion. *Journal of Accounting and Economics* 26: 271-283.
- Watson, A., Shrivs, P., Marson C. (2002). Voluntary Disclosure of Accounting Ratios in the U.K. *British Accounting Review* 34 (4): 289-313.
- Watts, R., Zimmerman, J. (1978). Towards a Positive Theory of the determination of accounting standards. *The Accounting Review*, Janvier: 112-134.
- Watts, R., Zimmerman, J. (1990). Positive accounting theory: a ten year perspective. *The accounting review* 65 (1): 131-156.
- Woodward, D.G., Edwards, P., Birkin F.(1996). Organizational legitimacy and stakeholder information provision. *British Journal of Management* 7: 329-347.
- Zeghal, D., Ahmed, S.A. (1990). Comparison of social responsibility information. Disclosure media used by canadians firms. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 3 (1): 38-53.
- Zeghal, D., Mouelhi, R., Louati, H. (2007). An Analysis of the determinants of Research & Development Voluntary Disclosure by Canadian Firms. *Irish Accounting Review*: 61-89.

Annexes

Annexe 1 : Liste des entreprises de l'échantillon

Nom de la société	Branche d'activité
1. Chemin de Fer Canadien Pacifique Limitée	transport et environnement
2. TransForce Inc.	transport et environnement
3. Astral Media inc.	communications et médias – radiodiffusion
4. CORUS Entertainment Inc.	communications et médias – radiodiffusion
5. SHAW COMMUNICATIONS INC.	communications et médias - cablodistribution et divertissement
6. Cogeco Câble Inc.	communications et médias - cablodistribution et divertissement
7. Quebecor inc.	édition et imprimerie
8. Fonds de Revenu Pages Jaunes	édition et imprimerie
9. Rogers Communications Inc.	Conglomérats
10. Buhler Industries Inc.	industries agricoles
11. Viterra Inc.	industries agricoles
12. RONA inc.	distribution - grands magasins
13. Sears Canada Inc.	distribution - grands magasins
14. Goodfellow Inc.	distribution – grossistes

15. Metro inc.	distribution – grossistes
16. Les Compagnies Loblaw Limitee	distribution - magasins d'alimentation
17. Planet Organic Health Corp.	distribution - magasins d'alimentation
18. Groupe BMTc Inc.	distribution - magasins spécialisés
19. Lunetterie New Look Inc.	distribution - magasins spécialisés
20. Cayenne Gold Mines Ltd.	métaux et minerais - autres que ceux de l'exploitation minière
21. Exploration Diamond Frank inc.	métaux et minerais - autres que ceux de l'exploitation minière
22. Adriana Resources Inc.	métaux et minerais - exploitation minière
23. Platinum Group Metals Ltd.	métaux et minerais - exploitation minière
24. Imperial Metals Corporation	métaux et minerais - mines métalliques
25. Corporation Minière Inmet	métaux et minerais - mines métalliques
26. Les Ressources Yorbeau Inc.	or et métaux précieux
27. Geo Minerals Ltd.	or et métaux précieux
28. Tembec Inc.	papiers et produits forestiers
29. Fonds SFK Pâte	papiers et produits forestiers
30. AFRI-CAN, SOCIÉTÉ DE MINÉRAUX MARINS	petites sociétés du secteur primaire – mines
31. Atlanta Gold Inc.	petites sociétés du secteur primaire – mines
32. Primeline Energy Holdings Inc.	petites sociétés du secteur primaire - pétrole et gaz
33. Gale Force Petroleum Inc.	petites sociétés du secteur primaire - pétrole et gaz
34. Warnex Inc.	petites sociétés industrielles
35. Perlite Canada Inc.	petites sociétés industrielles
36. Canadian Natural Resources Limited	pétrole et gaz - producteurs de pétrole et de gaz
37. Compton Petroleum Corporation	pétrole et gaz - producteurs de pétrole et de gaz
38. Compagnie Pétrolière Impériale Ltée	pétrole et gaz - pétrolières intégrées
39. Keyera Facilities Income Fund	pétrole et gaz - services pétroliers et gaziers
40. Canyon Services Group Inc.	pétrole et gaz - services pétroliers et gaziers

41. AlarmForce Industries Inc.	produits de consommation - articles ménagers
42. Shermag Inc.	produits de consommation - articles ménagers
43. Uni-Sélect Inc.	produits de consommation - automobiles et pièces
44. AutoCanada Inc.	produits de consommation - automobiles et pièces
45. DiagnoCure Inc.	produits de consommation - biotechnologie/pharmacie
46. Groupe Sportscene Inc.	produits de consommation - brasserie et boissons
47. Industries Lassonde Inc.	produits de consommation - brasserie et boissons
48. Cascades inc.	produits de consommation - produits d'emballage
49. Premium Brands Holdings Corporation	produits de consommation - transformation des aliments
50. Groupe Canam Inc	produits industriels – acier
51. Roctest Ltée	produits industriels - fabrication et ingénierie
52. PFB Corporation	produits industriels - matériaux de construction
53. Canwel Holdings Corporation	produits industriels - matériaux de construction
54. Migao Corporation	produits industriels - produits chimiques et engrais
55. Drive Products Income Fund	produits industriels - matériel de transport
56. Strongco Income Fund	produits industriels - matériel de transport
57. NUVOLT CORPORATION INC.	produits industriels – technologie
58. DEQ Systèmes Corp.	produits industriels – technologie
59. iPerceptions inc.	produits industriels - technologie – logiciels
60. Intema Solutions Inc.	produits industriels - technologie – logiciels

Annexe 2 : Grille de codage de l'information sociétale de Clarkson et al (2008)

ETHIQUE

- ✓ Divulgence sur des questions touchant à la déontologie et l'éthique de la profession
- ✓ Politique de lutte contre la corruption
- ✓ Politique de lutte contre le blanchiment d'argent

COMMUNAUTE

- ✓ Divulgence sur des questions touchant à la Communauté
- ✓ Adhérence au pacte mondial Global Compact¹
- ✓ Politique de protection des droits de l'Homme et de la sécurité dans le travail
- ✓ Participation à des activités philanthropiques
- ✓ Politique d'engagement envers de la communauté
- ✓ Les donations charitables faites

GOUVERNANCE

- ✓ Les biographies des candidats à l'élection comme administrateur ou directeur
 - ✓ Rémunération des directeurs et/ou du PDG
 - ✓ Politique de rémunération
 - ✓ Protection des droits des actionnaires
 - ✓ Séparation des fonctions du président du conseil d'administration et du PDG
 - ✓ Nombre des administrateurs indépendants
 - ✓ Composition du comité d'audit ou de vérification
-

- ✓ Rémunération du comité d'audit ou de vérification
- ✓ Rémunération indexée sur la performance
- ✓ Structure et pratiques de la gouvernance
- ✓ Nomination et rémunération des vérificateurs externes

CLIENTS

- ✓ Divulcation sur des questions touchant à la clientèle
- ✓ Politique de satisfaction des clients
- ✓ Politique de marketing 'responsable'
- ✓ Pourcentage des sites certifiés ISO 9000²
- ✓ Caractéristiques des produits
- ✓ Conditions concurrentielles
- ✓ Membre de l'OMS³

EMPLOYES

- ✓ Divulcation sur des questions touchant à l'emploi et aux Ressources humaines
- ✓ Politique assurant la liberté d'association et le droit aux conventions collectives
- ✓ Politique fixant le salaire de base
- ✓ Politique de lutte contre la discrimination dans le travail
- ✓ Objectifs et programmes pour assurer la diversité dans le travail
- ✓ Objectifs et programmes pour réduire les accidents de travail
- ✓ Protection de la santé et de la sécurité
- ✓ Régimes d'intéressement et d'attribution
- ✓ Controverses sur les conditions de l'emploi

FOURNISSEURS

- ✓ Divulcation sur des questions touchant au choix des fournisseurs
- ✓ Politique de choix des fournisseurs et autres questions sociales
- ✓ Politique sur les relations de travail avec les fournisseurs

ENVIRONNEMENT

- ✓ Divulcation sur des questions touchant à l'environnement
 - ✓ Politique environnementale
 - ✓ Position vis-à-vis du transport et du changement climatique
-

- ✓ Membre de l'organisation
- ✓ Objectifs et programmes pour réduire les émissions du gaz à effet de serre et la consommation de l'énergie
- ✓ Objectifs et programmes pour encourager l'utilisation des énergies renouvelables
- ✓ Objectifs et programmes pour réduire la consommation d'eau
- ✓ Objectifs et programmes pour la vente des produits écolabel
- ✓ Pourcentage des fournisseurs certifiés ISO 14001⁴
- ✓ Information sur les amendes et pénalités environnementales
- ✓ Réhabilitation des sites

¹Global Compact : un pacte mondial de l'ONU au terme duquel les entreprises adhérentes s'engagent à aligner leurs opérations et stratégies sur 10 principes universellement acceptés touchant les droits de l'Homme, les Normes du travail, l'environnement et la lutte contre la corruption.

²ISO 9000 : Ensemble de normes relatives à la gestion de la qualité.

³OMS : organisation Mondiale de la santé, institution spécialisée de l'ONU dont l'objectif est d'amener tous les peuples du monde au niveau le plus élevé possible.

⁴ISO 14000 : Ensemble de normes relatives à la gestion de l'environnement.

Annexe 3 : Tableau relatif à la corrélations des variables

Tableau 2 : Corrélation des Variables

2008		ROE	ROA	END	CC	VP
ROE	Pearson Correlation	1	0,165	-0,128	0,173	-0,03
	Sig. (2-tailed)		0,208	0,33	0,245	0,818
	N	60	60	60	60	60
ROA	Pearson Correlation	0,165	1	0,015	0,132	0,227
	Sig. (2-tailed)	0,208		0,908	0,198	0,082
	N	60	60	60	60	60
END	Pearson Correlation	-0,128	0,015	1	-0,059	0,213
	Sig. (2-tailed)	0,33	0,908		0,653	0,094
	N	60	60	60	60	60
CC	Pearson Correlation	0,173	0,132	-0,059	1	0,166
	Sig. (2-tailed)	0,245	0,198	0,653		0,205
	N	60	60	60	60	60
VP	Pearson Correlation	-0,03	0,227	0,213	0,166	1
	Sig. (2-tailed)	0,818	0,082	0,098	0,205	
	N	60	60	60	60	60
2009		ROE	ROA	END	CC	VP
ROE	Pearson Correlation	1	0,057	-0,123	0,112	0,221
	Sig. (2-tailed)		0,663	0,144	0,396	0,089
	N	60	60	60	60	60
ROA	Pearson Correlation	0,057	1	0,025	0,229	0,184
	Sig. (2-tailed)	0,663		0,852	0,018	0,129
	N	60	60	60	60	60
END	Pearson	-0,123	0,025	1	-0,008	0,125

	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	0,144	0,852		0,954
	N	60	60	60	60
CC	Pearson Correlation	0,112	0,229	-0,008	1
	Sig. (2-tailed)	0,396	0,018	0,954	0,676
	N	60	60	60	60
VP	Pearson Correlation	0,221	0,184	0,125	0,055
	Sig. (2-tailed)	0,089	0,129	0,342	0,676
	N	60	60	60	60