



4th Current Business Issues
in African Countries
2023

la création de valeur partagée dans l'ESS

Comment une coopérative peut-elle créer de la valeur partagée

Soraya INARITEN et Pr Khadija ANGADE

Ecole Nationale de commerce et de gestion d'Agadir,

Université Ibn Zohr, Maroc,

NICOLAIS SCHOOL of
BUSINESS

WAGNER COLLEGE

كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية
FACULTÉ DES SCIENCES JURIDIQUES, ECONOMIQUES ET SOCIALES



April 27 - 28, 2023

WWW.CBIAC.NET

Plan

1. Introduction
2. Problématique
3. Démarche méthodologique
4. Revue de littérature
5. Résultats
6. Conclusion

Introduction

Depuis la prise de position de Friedman en 1962 sur la responsabilité des entreprises qui ne devrait pas être que financière, nombreux sont les travaux de recherche qui ont essayé de mettre en évidence les liens présumés entre la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) et leur performance économique.

Dans ce contexte, Porter et Kramer (2006, 2011) proposent au travers du concept de création de valeur partagée de replacer les démarches RSE au cœur de la stratégie des entreprises, tout en recherchant la compétitivité.

Ainsi, il nous paraît pertinent de traiter de l'adéquation de la création de valeur partagée avec le contexte de l'économie sociale et solidaire et surtout les coopératives.

Problématique

De ce fait, dans le cadre de notre recherche nous avons réduit notre champ d'intérêt à la question suivante :

Comment une coopérative peut-elle créer de la valeur partagée ?

Méthodologie

étude documentaire: Revue de littérature

La présente recherche a synthétisé la littérature existante sur la création de valeur .

Revue de la littérature sur la création de valeur partagée

1- Le paradigme de la valeur

- ▶ Le thème de valeur est polysémique en gestion (Dérrouiche, Neubert et Dominguez Pery, 2012). Il recouvre plusieurs dimensions, chacune recouvrant une pluralité de concepts, voire une pluralité d'outils ou de techniques de mesure d'un concept donné avec des définitions et théories de la valeur propres à chaque domaine. Ainsi Bourguignon (1998)⁴² distingue trois acceptations de la valeur :

-La valeur au sens de la mesure

- La valeur au sens philosophique

-La valeur au sens économique,

« la perception du rapport entre ce que les gens reçoivent en contrepartie de ce qu'ils doivent donner pour jouir de biens ou de services (Jobin et Friel, 2000) ».

souligner l'importance de deux aspects au niveau de la valeur : la perception de ce « qui est reçu » en contrepartie de ce « qu'on a donné »

Les leviers de la création de valeur partagée Porter & Kramer, 2011

2- Le concept de La valeur partagée

redéfinir la productivité dans la chaîne de valeur

représente l'ensemble des activités d'une organisation dans le cadre de l'exercice de ses activités, en identifiant les points critiques – tant internes qu'externes – qui pourraient constituer des opportunités de CVP

reconcevoir les produits et les marchés

redéfinition des produits et des marchés en ouvrant la porte à l'innovation et, à terme, permettre la CVP par la satisfaction de besoins

développer des clusters locaux

créer des liens formant un réseau avec d'autres entreprises qui l'entourent et qui opèrent dans le même domaine, une collaboration entre toutes les pp

Mesurer la création de valeur partagée

- ▶ Mettre en place une stratégie ayant pour objectif de créer de la valeur partagée dans une entreprise est une chose, mais encore faut-il être capable d'en mesurer les résultats.

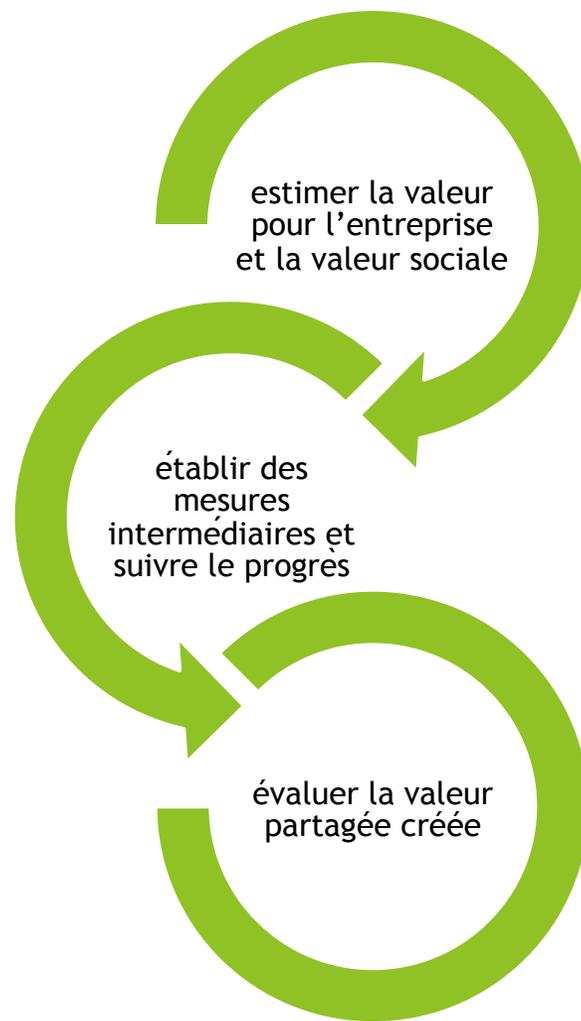


Les entreprises qui veulent produire un avantage social doivent être en mesure de mesurer leur progrès. Or, le résultat de politiques de création de valeur partagée est dans certains cas indirect et se mesure uniquement sur le long terme (Boston College Center for Corporate Citizenship, 2009, p. 27) ce qui rend leur évaluation difficile. Il existe bien des standards permettant de mesurer l'impact – positif ou négatif – des firmes sur la société et l'environnement cependant, il reste à prouver que ces standards sont effectivement capables de mesurer la création de valeur – en termes quantitatifs.



Pfitzer et al. (2013, pp. 6-7) proposent néanmoins trois étapes pour mesurer la valeur générée par ce type de stratégies qu'ils ont étudiées dans une douzaine d'entreprises

lors de l'implémentation de telles stratégies, il est nécessaire d'évaluer les progrès qui sont réalisés au cours du temps



d'identifier comment un changement dans les conditions sociales ou environnementales peut être générateur de valeur

mesurer effectivement la valeur partagée qui a été créée par les initiatives prises par l'entreprise.

La relation entre la création de valeur et la performance d'une coopérative

- ▶ la performance économique d'une coopérative était conciliable avec son engagement dans une démarche responsable pour adopter un concept plus large de performance globale en intégrant le sociale et le solidaire. Cette dernière implique un équilibre entre les trois dimensions sociale, environnementale et économique.
- ▶ Selon Zarrouki (2008), les principaux déterminants de performance évoqués dans la littérature, relèvent de trois principales dimensions:
 - 1) Les processus de création de valeur (Kaplan et Norton, 2004; Atkinson et al., 1997; Kennerley et Neely, 2000),
 - 2) Les capacités et ressources qui soutiennent ces processus (Kaplan et Norton, 2004; Atkinson et al., 1997; Kennerley et Neely, 2000) et,
 - 3) La contribution des parties prenantes dans ces capacités (Kennerley et Neely, 2000).
- ▶ En revanche, ce qui n'est pas toujours présent dans le calcul de la performance de l'entreprise et qui participe de fait à la création de valeur, ce sont les capitaux immatériels (Edvinson, Malone 1999) , tel que le capital humain le capital structurel, le capital relationnel (Hoffmann, Saulquin, 2009), le capital client, le capital relationnel, d'autres ressources intangibles contribuent à la création de valeur comme l'expliquent Bessieux- Ollier, Lacroix et Walliser (2006) « Dans les approches théoriques actuelles, les ressources intangibles se situent au centre de la création de valeur. Un besoin croissant d'une nouvelle génération d'outils analytiques se fait ressentir pour juger de la performance globale tant du point de vue des managers, des actionnaires et des investisseurs que des autres parties prenantes. »

Conclusions

**redéfinir la
productivité dans la
chaîne de valeur**

la prise en compte des parties prenantes et des aspects sociaux et environnementaux peut peut-être être freinée à partir du moment où il est question d'intégrer des tiers directement dans le processus de re-conception.

**reconcevoir les produits
et les marchés**

le pouvoir dont dispose les coopératives sur leur chaîne de valeur

**développer
des clusters
locaux**

l'influence que peut avoir l'intégration des coopératives à un réseau territorialisé, un cluster précis, sur leur capacité à mettre en œuvre les deux autres leviers de la création de valeur partagée.

Questions and Discussion

▶ United Nations Sustainable Development Goals

▶ <https://sdgs.un.org/goals>

▶ Topic.

▶ Topic

▶ Discussion questions

▶ How does the topic relate to issues of public concern or the common good?

▶ What communities might be involved in or affected by the topic? What are the histories, social contexts, assets, and needs of these communities?

▶ What community partners (e.g., public offices, nonprofit organizations, social enterprises, faith-based organizations) could collaborate on your topic for mutual benefit and growth?