

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA



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

MEMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de
MASTER EN SCIENCES DE GESTION
Option : Management de ressources humaines

L'INTITULE DU MEMOIRE

La perception des salariés de l'engagement sociale de l'entreprise

Cas de CEVITAL-BEJAIA

Préparé par :

- **BOUDRAHEM Lylia**
- **BOUSSAIDI Kenza**

Dirigé par :

Dr. AMGHAR Malika

Date de soutenance :

Jury :

Président :

Examineur :

Rapporteur :

Année universitaire : 2024/2025

Remerciements

En premier lieu, nous remercions ALLAH le tout puissant de nous avoir permis de mener à bien ce travail, la patience et la santé qui nous ont été utiles tout au long de notre parcours, et nous remercions « Nos Parents » pour tous les efforts et sacrifices qu'ils ont entrepris afin de nous voir réussir. Nous les remercions pour l'éducation qu'ils nous ont prodigué.

Nous tenons à remercier sincèrement Mme AMOJAR Malika d'avoir accepté de diriger notre travail, pour sa disponibilité et son soutien.

Nous tenons également à remercier tout le personnel qui nous a aidé au sein de l'entreprise agro-alimentaire CENTAL en particulier madame MEZIANI Lamia et monsieur BOURAHLA Walid.

Nous remercions aussi tous nos amis pour leur aide, leur patience, leur compréhension et leur encouragement pour nous.

En fin, nous tenons à remercier tous les professeurs qui nous ont accompagné et guidé durant toute notre vie scolaire et universitaire.

A vous tous merci

Dédicaces

À **mes parents** bien-aimés, pour votre amour inconditionnel, votre patience et vos sacrifices silencieux. Vous êtes la force tranquille derrière chacun de mes pas.

À mes frères **Yacine, Daoud et Taher**, et à mes sœurs **Bahia, Daouia, Houria, Karima et Chafia**, merci pour votre affection, vos encouragements et votre présence rassurante. Vous êtes les racines de mon équilibre.

À **Kenza**, mon binôme, merci pour ta complicité, ton soutien constant et cette belle aventure partagée.

À toute **ma famille**, pour les liens sincères et l'amour qui nous unit, cette réussite est aussi la vôtre.

Lylia

Dédicaces

À **mes parents** bien-aimés, pour votre amour inconditionnel, votre patience et vos sacrifices silencieux. Vous êtes la force tranquille derrière chacun de mes pas.

À mes frères et à mes sœurs, merci pour votre affection, vos encouragements et votre présence rassurante. Vous êtes les racines de mon équilibre.

À **Lylia**, mon binôme, merci pour ta complicité, ton soutien constant et cette belle aventure partagée.

À toute **ma famille**, pour les liens sincères et l'amour qui nous unit, cette réussite est aussi la vôtre.

Kenza

Liste des abréviations

Fig : figure.

ISO : organisation internationale de normalisation.

RSE : responsabilité sociétal des entreprises.

Liste des figures

Fig. n° 1 : la pyramide de la responsabilité sociétale des entreprises.....	4
Fig.n°2 : situation de l'entreprise CEVITAL à Bejaia.....	17
Fig. n°3 : les produits de CEVITAL.....	18
Fig.n°4 : Organigramme générale de l'entreprise agroalimentaire CEVITAL.....	20
Fig.n°5 : La répartition des répondants selon le genre.....	22
Fig.n°6 : La répartition des répondants selon la tranche d'âge.....	22
Fig.n°7 : La répartition d'échantillon selon la catégorie socioprofessionnelle.....	23
Fig.n°8 : La répartition d'échantillon selon l'expérience professionnelle.....	23
Fig.n°9 : Connaissance des actions sociales menées à CEVITAL.....	24
Fig.n°10 : La répartition de l'échantillon selon les actions sociales observées à CEVITAL...25	25
Fig.n°11 : La perception de la structuration de la politique sociale à CEVITAL.....	25
Fig.n°12 : Les fréquences perçus des actions sociales menées par l'entreprise.....	26
Fig.° 13 : Adéquation des pratiques sociales avec les besoins des employés.....	27
Fig.n°14 : Les canaux de communication des actions sociales.....	28
Fig.n°15 : Les types de pratiques sociales jugées les plus motivantes.....	29
Fig.n°16 : Perception de la sincérité de l'engagement social de CEVITAL.....	30
Fig.n°17 : Les réponses des salariés par vrai ou faux aux affirmations.....	31
Fig.n°18 : Domaines d'engagement social devraient être renforcé classé par ordre de priorité.....	32
Fig.n°19 : déroulement de l'atelier.....	36
Fig. n°20 : quelques actions sociales mises en place par l'entreprise CEVITAL au profit des employés en 2025.....	38
Fig.n°21 : Budget des actions RSE 1er trimestre 2025.....	39

Sommaire

Remerciement	
Dédicaces	
Liste des abréviations	
Liste des figures	
Introduction générale	1
CHAPITRE I : La responsabilité sociétale des entreprises	
Introduction	4
Section 1 : présentation de la RSE et ses enjeux	4
Section 2 : L'engagement social de l'entreprise	9
Section 3 : La perception des salariés de l'engagement et les facteurs d'influence	11
Conclusion.....	14
Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l'entreprise CEVITAL	
Introduction	16
Section 1 : Présentation groupe CEVITAL	16
Section 2 : méthodologie de la recherche	21
Section 3 : Analyse et interprétation des résultats du questionnaire et d'entretien	22
Conclusion	41
Conclusion générale	42
Références bibliographiques	
Annexes	
Table des Matières	
Résumé	

Introduction générale

Introduction générale

Dans un monde où les défis sociaux et environnementaux se font de plus en plus pressants, la RSE est considérée comme l'une des composantes les plus importantes du caractère de l'entreprise afin de fournir un service social efficace tout en améliorant sa réputation, il s'agit d'une vitale et importante dans la création et la formation du côté éthique de l'entreprise, afin de participer et de prendre l'initiative dans le fondement de la société¹

la notion de RSE et l'intégration volontaire des préoccupations sociale et écologiques des entreprises à leurs activités commerciales et leurs relations avec toutes leurs parties prenantes internes et externes et ce afin de satisfaire pleinement aux obligations juridiques applicables et investir dans le capital humain et l'environnement.²

L'intégration de la RSE dans la stratégie de l'entreprise a été identifiée comme un objectif et une priorité fondamentale pour les entreprises consiste à intégrer les pratiques de développement durable dans toutes ses dimensions. Elle permet d'améliorer la réputation de l'entreprise et de renforcer la confiance des clients, des investisseurs et des autres parties prenantes, ce qui peut conduire à une fidélité accrue et à une meilleure performance financière. En intégrant la RSE, l'entreprise peut également réduire ses coûts opérationnels grâce à une gestion plus efficace des ressources et à des pratiques durables. De plus, cela favorise l'innovation en encourageant la recherche de solutions durables. En outre, elle permet de se conformer aux réglementations en constante évolution et d'anticiper les risques liés aux questions environnementales et sociales. Enfin, l'intégration de la RSE dans la stratégie d'entreprise est non seulement bénéfique pour l'image de l'entreprise, mais elle est également un levier de performance durable et d'innovation.

La prise en compte du bon fonctionnement de l'environnement interne, de l'aspect social et de bien-être des salariés dans l'entreprise constituent la première forme de responsabilité sociale de l'entreprise. Il est bien clair qu'aujourd'hui, les entreprises ont pris conscience de la place qu'occupent les ressources humaines dans toute organisation car elles constituent son fil conducteur vers la performance. C'est pour cela que la première mission d'une entreprise qui

¹ **MOUSSA Aissa, KHEMNOU dounia**, « La responsabilité sociale des entreprises : un marketing de confiance », Revue des sciences de l'homme et de la société, Vol11 : N°04,2022, p.684

² **IGALENS Jacques, MICHEL Joras**, « La responsabilité sociale de l'entreprise », Éditions d'organisation, paris,2001, p.15

veut jouer sur le terrain du développement durable et de la RSE doit d'abord être responsable vis-à-vis de son environnement interne avant de s'intéresser à l'environnement externe.³

L'implication des salariés est devenue un enjeu majeur pour les professionnels des ressources humaines et un défi à relever de façon continue pour assurer la croissance et la pérennité de l'entreprise surtout dans un environnement de plus en plus instable et incertain.⁴

➤ **Problématique de recherche**

Cette étude cherche à répondre à la question suivante

La perception des salariés de l'engagement social de leur entreprise influence-t-elle leur engagement au travail et leur satisfaction professionnelle ?

À travers cette problématique, l'étude vise à approfondir la compréhension des enjeux liés à la RSE du point de vue des salariés, en identifiant les facteurs qui influencent cette perception et ses conséquences sur le comportement organisationnel.

Pour traiter efficacement la problématique centrale il est impératif de répondre aux questions suivantes :

Comment les salariés de CEVITAL perçoivent-ils la sincérité et les motivations réelles de l'engagement social de leur entreprise ?

-Dans quelle mesure les salariés de CEVITAL estiment-ils que l'engagement social de leur entreprise influence leur motivation et leur implication au travail ?

➤ **Hypothèses de la recherche**

Afin de répondre notre question principale, nous avons formulé deux hypothèses de travail :

- **Hypothèse 1** : Les salariés ayant une perception positive de l'engagement social de leur entreprise sont plus engagés dans leur travail.
- **Hypothèse 2** : Les salariés perçoivent l'engagement social de leur entreprise comme peu sincère ou principalement motivé par des enjeux d'image.

➤ **Objectif de la recherche**

L'objectif principal de cette recherche est d'analyser la perception des salariés de l'entreprise CEVITAL vis-à-vis de son engagement social, afin d'évaluer dans quelle mesure les actions menées dans le cadre de la responsabilité sociétale sont connues, comprises et

³ **Boutrid Sadi, Mousli Lamine**, « la responsabilité sociale d'entreprise et la gestion des ressources humaines cas de SPA CEVITAL » Université Abderrahmane Mira de Bejaia, Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de Master en Science de Gestion juin 2018.

⁴ **Aziz Taib**, « L'impact de la formation continue sur l'implication organisationnelle dans le contexte marocain » Revue, ISSN 2028-9324 Vol. 28 No. 1 Déc. 2019, pp. 168-190.

Introduction générale

perçues comme efficaces par les employés. Ce travail vise à mettre en lumière le degré d'adhésion des salariés à la démarche RSE, leur niveau d'information, ainsi que les impacts perçus sur leur motivation, leur bien-être et la qualité de vie au travail. À travers une étude de terrain combinant questionnaires et entretien, cette recherche cherche à identifier les attentes exprimées, les insuffisances constatées et les leviers potentiels pour une meilleure implication du personnel dans la dynamique sociale de l'entreprise.

➤ Méthodologie de recherche

Pour réaliser notre analyse, nous avons opté pour la méthodologie suivante :

-La recherche bibliographique : nous a permis de comprendre les multiples concepts liés à notre thème, à travers la consultation des ouvrages, articles de revues, sites d'internet, mémoire, thèses.

-L'utilisation des documents internes de l'entreprise Agro-industrie CEVITAL pour élaborer l'étude de cas, fournis par le responsable de département de la direction des ressources humaines.

Pour approfondir notre analyse, nous avons mené une étude par questionnaire auprès des cadres de l'entreprise CEVITAL Agro-industrie, et un entretien semi directif avec la responsable de la RSE au niveau de cette entreprise dont l'objectif est de savoir comment ces salariés perçoivent les actions sociales menés par cette entreprise.

➤ Plan de mémoire

Afin de répondre à notre thématique de recherche citée précédemment, nous avons organisé notre étude en deux chapitres. Dans le premier chapitre, notre attention sera portée sur le cadre théorique et conceptuel de la RSE en particulier l'engagement social des entreprises et la perception de salaires vis-à-vis des actions sociales des entreprises. Ce chapitre est divisé en trois sections ; tout d'abord, nous abordons dans la première section la présentation de la RSE et ses enjeux, la deuxième section porte sur l'engagement social des entreprises, et enfin dans la troisième section nous allons aborder la perception des salaires vis-à-vis de cet engagement. Dans le deuxième chapitre, intitulé : Les pratiques sociales au sien de l'entreprise CEVITAL, on va traiter dans la première section la présentation groupe CEVITAL, la deuxième section se penche sur la méthodologie de la recherche, enfin la troisième et la dernière section on va analyser et interpréter les résultats du questionnaire et de l'entretien avec la responsable de la RSE de CEVITAL.

Chapitre I : La responsabilité sociétale des entreprises.

Introduction

Dans un monde où les attentes sociétales envers les entreprises ne cessent de croître, la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) s'impose comme un enjeu stratégique majeur. Elle désigne l'intégration volontaire de préoccupations sociales, environnementales et économiques dans les activités des organisations. Ce chapitre explore les fondements théoriques de la RSE, ses piliers essentiels et ses enjeux. Il met également en lumière la dimension de l'engagement social et la perception qu'en ont les salariés. Ces éléments sont essentiels pour comprendre les implications humaines et organisationnelles de la RSE.

Section1 : présentation de la RSE et ses enjeux

I. Définition de la RSE

Plusieurs définitions académiques et institutionnels ont été attribuées pour le concept RSE, nous allons essayer de présenter les définitions les plus reprises par la littérature.

Selon le père fondateur de la RSE moderne, Howard Bowen, « la responsabilité sociale de l'entreprise renvoie à l'obligation pour les hommes d'affaires de réaliser les politiques, de prendre les décisions et de suivre les lignes de conduite répondant aux objectifs et aux valeurs qui sont considérées comme désirables dans notre société »¹

Selon A.B. CARROLL le pionnier de la recherche sur la RSE en 1979 : « La responsabilité sociale de l'entreprise, englobe les attentes économiques, juridiques, éthiques et discrétionnaires que la société a des organisations à un moment donné ».²

Fig. n° 1 : la pyramide de la responsabilité sociétale des entreprises de CARROLL (1979).



Source : https://www.researchgate.net/publication/4883660_The_Pyramid_of_Corporate_Social_Responsibility_Toward_the_Moral_Management_of_Organizational_Stakeholders.

¹ Bowen, H. R. (1953). Social responsibilities of the businessman. New York, NY : Harper & Brothers.

² Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505.

CHAPITRE I : La responsabilité sociétale des entreprises

La responsabilité économique

L'entreprise est une institution dont l'objectif est de produire les biens et les services que la société désire et de vendre avec profit (besoin d'assurer sa survie et de récompenser ses investisseurs).

La responsabilité légale

La société fixe le cadre légal dans lequel l'entreprise opère. Il est de sa responsabilité de respecter les attentes du législateur.

La responsabilité éthique

Il s'agit d'agir conformément à des principes moraux partagés au sein de la société et visant les droits des parties prenantes.

La responsabilité philanthropique

Les entreprises devront œuvrer pour la société à travers des actions sociétales sans but lucratif.³

La définition la plus connue de la RSE est celle proposée par la commission européenne dans son livre vert en 2001. La RSE y est décrite comme : « l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes ». La RSE s'appuie sur une approche volontaire des entreprises et sur l'engagement actif des parties prenantes dans les décisions qui incorporent des enjeux sociaux et environnementaux.

Quant à l'organisation internationale de normalisation (ISO), celle-ci a publié en novembre 2010, que la RSE est comme « La responsabilité d'une organisation vis-à-vis des impacts de ses décisions et de ses activités sur la société et sur l'environnement, se traduisant par un comportement éthique et transparent qui contribue au développement durable, y compris à la santé et au bien-être de la société ». ⁴

Finalement, en examinant diverses définitions de la RSE dans les contextes académique et institutionnel, nous pouvons conclure que la RSE repose sur l'idée que les entreprises s'engagent volontairement à améliorer leurs performances sociales et environnementales au-delà des exigences légales. Pour mieux appréhender l'ampleur opérationnelle de ces définitions, il est maintenant nécessaire de se pencher sur les trois piliers fondamentaux sur lesquels repose

³ **Carroll, A. B. (1991).** The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.

⁴ **Organisation internationale de normalisation.** (2010). ISO 26000: Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale. Genève, Suisse : ISO.

CHAPITRE I : La responsabilité sociétale des entreprises

la RSE : le pilier économique, le pilier social et le pilier environnemental.

II- Les piliers de la RSE

Au regard de la définition de la RSE, cette dernière se caractérise par trois piliers : le pilier économique, le pilier environnemental et le pilier social. Ces trois piliers sont interconnectés, ils s'articulent entre eux et ne peuvent fonctionner l'un sans l'autre. Ces piliers donnent une indication aux entreprises qui souhaitent mettre en œuvre une stratégie RSE. En effet, la mise en place d'actions ou pratiques RSE doit veiller à la fois à maintenir, voire accroître la performance économique tout en étant dans une démarche de responsabilité et de respect de l'environnement et de la société.⁵

II.1. Le pilier économique (Porter et Kramer 2011)

L'étude menée par ces auteurs affirme que « L'entreprise doit créer une valeur économique tout en créant de la valeur pour la société en répondant à ses besoins. »⁶ Dans ce pilier on souligne que la rentabilité peut être compatible avec des pratiques responsables, à travers l'innovation, la transparence financière, et des relations commerciales équitables. Il place l'entreprise dans une logique de performance durable, au service à la fois de ses actionnaires et de l'intérêt général.

II.2. Le pilier social (Freeman 1984)

Dans sa théorie des parties prenantes (Stakeholder Theory), Freeman explique que « L'entreprise a des responsabilités non seulement envers ses actionnaires, mais aussi envers toutes ses parties prenantes, y compris les salariés, les clients, les fournisseurs et la société civile. ». Ce pilier se concentre sur l'amélioration des conditions de travail, la lutte contre toute forme de discrimination, la défense des droits de l'homme et le renforcement du capital humain. Il encourage les sociétés à tenir compte des attentes de toutes leurs parties prenantes dans l'élaboration de leur stratégie.

II.3. Le pilier environnemental (Elkington 1997)

John Elkington, à l'origine du concept de la Triple Bottom Line, propose une nouvelle façon d'évaluer la performance des entreprises à travers trois dimensions : People, Planet, Profit. Il affirme que les entreprises doivent évaluer leur performance non seulement à travers les résultats financiers, mais aussi les impacts environnementaux et sociaux.⁷ ce pilier

⁵ <https://www.label-emplitude.fr/articles/85841/piliers-rse> consulté le 08/05/2025 à 14:22

⁶ Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value: How to reinvent capitalism—and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.

⁷ Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business* (p. 70). Oxford, UK: Capstone Publishing.

CHAPITRE I : La responsabilité sociétale des entreprises

environnemental englobe la gestion durable des ressources naturelles, la diminution des émissions nuisibles, l'économie circulaire et l'adhésion à des pratiques écoresponsables. En plus de ces bases essentielles, la responsabilité sociétale des entreprises se manifeste de manière tangible par leur engagement social. Cela reflète leur désir d'incorporer les défis humains et sociétaux au centre de leurs initiatives.

III. Les enjeux de la RSE pour l'entreprise

Les enjeux de la RSE dépassent largement le cadre du simple respect des obligations légales. Ils s'inscrivent dans une logique de développement durable, à la croisée des intérêts économiques, sociaux et environnementaux. Une entreprise engagée dans une démarche RSE cohérente renforce sa résilience, sa performance globale et sa légitimité auprès de l'ensemble de ses parties prenantes. Les enjeux de la RSE sont multiples, touchant aussi bien la performance économique que les dimensions sociales, environnementales et éthiques du fonctionnement de l'entreprise.

III.1. Les enjeux économiques,

La RSE contribue à la création de valeur à long terme. Une entreprise qui adopte des pratiques responsables optimise ses coûts (réduction des consommations d'énergie, des déchets, etc.) et améliore son efficacité opérationnelle. De plus, elle renforce sa compétitivité sur des marchés où les consommateurs sont de plus en plus sensibles aux critères environnementaux et sociaux. Les entreprises engagées dans la RSE attirent plus facilement des investisseurs soucieux des critères ESG (Environnement, Social, Gouvernance), devenus des indicateurs clés dans la finance responsable⁸. Cette orientation stratégique permet également d'anticiper les réglementations futures, en se conformant volontairement aux normes en matière de développement durable.

⁸ Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: Aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 5(4), 210–233

III.2. Les enjeux sociaux

La mise en œuvre de la RSE s'accompagne d'une amélioration du climat social et du bien-être au travail favorable à l'engagement des salariés, via notamment l'instauration de politiques en faveur de la diversité, de l'égalité et des chances, de la formation continue et de la qualité de vie au travail. Ces initiatives permettent de mieux motiver, fidéliser, voire de désirer davantage l'engagement professionnel des salariés⁹. L'entreprise prend ainsi ses responsabilités et est plus attractive pour les jeunes talents en quête de sens dans leur activité professionnelle. De même, à travers des relations respectueuses avec ses fournisseurs, l'entreprise participe à la qualité de la coopération au sein de sa chaîne de valeur.

III.3. Les enjeux environnementaux

L'enjeu environnemental est un pilier de la RSE. Face au changement climatique, à la raréfaction des ressources et à la perte de biodiversité, les entreprises doivent réduire leur empreinte écologique, ce qui passe par une gestion optimisée des ressources naturelles, le recours aux énergies renouvelables, la réduction des émissions de gaz à effet de serre, l'écoconception des produits. Cette orientation va au-delà de la réponse aux exigences réglementaires : elle constitue aussi une source d'innovation et un facteur de différenciation sur le marché¹⁰.

III.4. Les enjeux éthiques

Les enjeux éthiques et de gouvernance sont au cœur de la démarche RSE. Les entreprises sont de plus en plus attendues sur leur transparence, leur lutte contre la corruption, la loyauté de leurs pratiques commerciales et leur respect des droits humains. Une gouvernance responsable, intégrant les parties prenantes dans les processus décisionnels, renforce la légitimité de l'entreprise dans son environnement. De plus, une communication sincère et cohérente sur les actions RSE améliore la réputation de l'entreprise, réduisant ainsi les risques

⁹ Gond, J.-P., Igalens, J., & Swaen, V. (2021). *La responsabilité sociale des entreprises : Enjeux stratégiques et managériaux* (4e éd.). Paris : Vuibert.

¹⁰ Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). *Creating Shared Value*. Harvard Business Review, 89(1/2), 62–77.

CHAPITRE I : La responsabilité sociétale des entreprises

d'image et les crises de confiance¹¹.

Section 2 : L'engagement social de l'entreprise

L'engagement social est une dimension clé de la RSE, centrée sur la contribution active des entreprises au bien-être des individus et des communautés. Il dépasse les obligations légales et s'inscrit dans une démarche durable visant à améliorer les conditions de vie des salariés et des parties prenantes externes. Cet engagement inclut le respect des droits humains, la promotion de l'égalité, la diversité et le développement du capital humain, positionnant l'entreprise comme un acteur essentiel du progrès social.

I. Définition

Le concept d'engagement social de l'entreprise est large et comporte plusieurs dimensions, ayant été interprété de diverses façons par des spécialistes et des institutions. Chaque définition souligne un aspect spécifique de cette approche délibérée, fréquemment considérée comme une réaction aux exigences croissantes de la société vis-à-vis des entreprises.

Selon Thierry Grange (2006)

L'engagement social de l'entreprise désigne l'ensemble des actions volontaires menées par l'entreprise en faveur de ses parties prenantes internes (salariés) et externes (collectivités, associations, etc.), dans une logique de contribution au bien-être collectif. ¹²Il souligne l'aspect volontaire et proactif de cet engagement

Selon Kotler et Lee (2005)

L'engagement de l'entreprise vise à améliorer le bien-être de la société par des actions concrètes, au-delà de ses obligations légales.¹³ Ceci met l'accent sur l'idée d'un engagement volontaire et stratégique.

Selon la norme l'ISO 26000 (2010)

L'engagement social correspond aux actions entreprises pour contribuer au développement local, à la protection des droits de l'homme, au respect des travailleurs et à la lutte contre l'exclusion. »¹⁴. Elle associe l'engagement social à des valeurs universelles et à des

¹¹ Carroll, A. B., & Brown, J. A. (2018). *Corporate Social Responsibility: A Review of Current Concepts, Research, and Issues*. *Business & Society*, 59(7), 1211–1225.

¹² Grange, Thierry. (2006). *Vers une refondation du management technologique*.

¹³ Kotler, P., & Lee, N. R. (2005). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. Wiley

¹⁴ ISO. (2010). *ISO 26000: Lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale*. Organisation internationale de normalisation, Genève.

CHAPITRE I : La responsabilité sociétale des entreprises

droits de base.

D'après Carroll (1991) Archie B. Carroll, à travers sa pyramide, il place la responsabilité philanthropique comme une forme d'engagement social : « Il s'agit pour l'entreprise de contribuer au bien-être de la société en participant à des actions volontaires à caractère humanitaire ou communautaire. »¹⁵

II. Légitimité

Il convient de souligner que l'engagement social est inséparable de la légitimité de l'entreprise auprès de ses intervenants. Autrement dit, si l'entreprise semble être socialement juste et conforme aux valeurs de la société, sa position sur le marché renforce des liens solides et durables avec l'entreprise. Cela signifie naturellement que l'engagement social doit être considéré non seulement comme important, mais aussi comme légitime. Dans ce cas, toute action de l'entreprise sera soutenue par les gens.

La légitimité est une perception ou une hypothèse généralisée selon laquelle les actions d'une entité sont désirables, convenables ou appropriées dans un système socialement construit de normes, de valeurs, de croyances et de définitions.¹⁶ Une entreprise est légitime si ses actions sont perçues comme acceptables par la société ou ses parties prenantes (salariés, clients, etc.).

La légitimité organisationnelle

La légitimité organisationnelle est la condition où les activités d'une entreprise sont perçues comme conformes au système de valeurs de la société.¹⁷ Les actions RSE renforcent la légitimité de l'entreprise si elles répondent aux attentes sociales. La légitimité est le résultat de jugements sociaux portés par les parties prenantes sur la conformité perçue de l'organisation aux normes et attentes sociales.¹⁸ Cela met l'accent sur la dimension relationnelle et subjective de la légitimité.

Une fois les fondements de la RSE établies et les diverses expressions de l'engagement social de l'entreprise identifiées, il est maintenant pertinent d'examiner comment ces initiatives

¹⁵ **Carroll, A. B. (1991).** The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.

¹⁶ **Suchman, M. C. (1995).** Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610.

¹⁷ **Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975).** Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136.

¹⁸ **Bitektine, A. (2011).** Toward a theory of social judgments of organizations: The case of legitimacy, reputation, and status. *Academy of Management Review*, 36(1), 151–179.

CHAPITRE I : La responsabilité sociétale des entreprises

sont perçues par les employés, qui sont des acteurs essentiels de l'organisation et directement impliqués dans les pratiques internes.

Section 3 : La perception des salariés de l'engagement et les facteurs d'influence :

I. La perception des salariés

La perception des salariés est un élément essentiel dans les réussites des initiatives de RSE en effet si ils les perçoivent comme étant sincères, ils deviennent plus motivés, engagés et contents sur leur lieu de travail. Cette perception dépend de leur expérience, attentes et contexte individuel. Elle n'est par conséquent pas neutre, mais construite. Atteindre ce processus informe l'entreprise de manière à renforcer l'efficacité et la légitimité de son implication sociale.

La perception est un processus par lequel les individus organisent et interprètent leurs impressions sensorielles afin de donner un sens à leur environnement. »¹⁹ Pour les salariés c'est la manière dont ils perçoivent l'engagement de leur entreprise qui dépend donc de leurs filtres personnels, leurs expériences, leurs attentes, et la communication reçue.

La perception organisationnelle

La perception organisationnelle est un processus de construction de sens (sensemaking), par lequel les salariés interprètent les actions et les intentions de leur entreprise. »²⁰ c'est à dire que les salariés ne se contentent pas de voir des faits : ils leur donnent un sens, en fonction du contexte et de leur vécu professionnel.

Dans sa *Théorie de la dissonance cognitive*, Festinger (1957) annonce que « Lorsque les actions d'une organisation sont perçues comme incohérentes avec ses discours, cela crée une dissonance cognitive chez les salariés, qui peut affecter leur motivation et leur engagement. »²¹ de ce fait si les salariés perçoivent un décalage entre le discours RSE et la réalité, leur perception sera négative, même si l'entreprise agit partiellement.

Selon Rousseau (1995) – Psychological Contract Theory « Les salariés forment des attentes tacites vis-à-vis de leur employeur, et la perception du respect ou non de ces attentes influence

¹⁹ Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Comportement organisationnel* (15e éd.). Pearson.

²⁰ Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in Organizations*. Sage Publications.

²¹ Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford University Press.

leur engagement. »²²

Pour comprendre de manière approfondie comment les salariés perçoivent l'engagement social de leur entreprise, il est crucial d'identifier les facteurs clés qui influencent cette vision.

II. Les facteurs influençant la perception

La perception des salariés quant à la responsabilité sociale d'une entreprise ne sont pas limitées par les circonstances observées, mais elle est également influencée par des facteurs internes qui influencent la manière dont ces actions sont reçues et comprises. Ces facteurs comprennent la communication interne, la transparence, l'alignement entre la parole et les actions, ainsi que le suivi des incohérences suspectées. Comprendre ces éléments aide à reconnaître les leviers qui influencent l'engagement des employés et le succès des initiatives de RSE.

II.1. La communication interne

Une communication interne efficace permet de construire une culture organisationnelle forte, de renforcer la confiance des employés, et d'aligner les perceptions autour des objectifs de l'entreprise²³. Lorsqu'elle est claire, régulière et bidirectionnelle la communication améliore la perception des actions RSE en montrant qu'elles sont prises au sérieux.

II.2. La transparence

La transparence organisationnelle est la disponibilité d'informations fiables, pertinentes, et facilement accessibles pour les parties prenantes. Elle est essentielle pour instaurer la confiance.²⁴ Plus l'entreprise est transparente dans sa stratégie RSE, plus les salariés sont

²² **Rousseau, D. M.** (1995). *Psychological Contracts in Organizations: Understanding Written and Unwritten Agreements*. Sage Publications.

²³ **Argenti, P. A.** (2007). *Corporate Communication* (4e édition). New York : McGraw-Hill Education, p. 137.

²⁴ **Rawlins, B. R.** (2008). *Measuring the relationship between organizational transparency and employee trust*. *Public Relations Journal*, 2(2), 1–21.

susceptibles de la percevoir comme authentique.

II.3. La cohérence entre discours et actions

La perception des salariés est fortement influencée par la cohérence perçue entre ce que l'entreprise dit (discours RSE) et ce qu'elle fait réellement (pratiques concrètes)²⁵

II.4. La dissonance entre discours et réalité

Dans l'entreprise si les salariés perçoivent que les actions RSE sont déconnectées du discours officiel, cela nuit à leur engagement et à leur confiance. Lorsqu'un individu perçoit une incohérence entre ses croyances et les actions observées, il ressent un inconfort psychologique appelé dissonance cognitive.²⁶

III. Impacts de la perception

La perception qu'ont les salariés de l'engagement social de leur société influence considérablement plusieurs aspects de leur vécu au sein de la structure organisationnelle. Effectivement, une perception favorable des mesures RSE peut consolider leur engagement, stimuler leur motivation, augmenter leur contentement au travail et encourager des comportements qui dépassent leurs obligations de base. À l'inverse, une perception défavorable peut conduire à un désengagement, à une perte de motivation et à une baisse de confiance dans la direction. Voici les principaux effets de cette perception :

III.1. L'engagement organisationnel

L'engagement organisationnel est l'attachement psychologique d'un employé envers son entreprise. Il peut être affectif, de continuité ou normatif. Une perception positive des pratiques responsables renforce l'engagement affectif, car les salariés se sentent en accord avec les valeurs de l'entreprise.²⁷

²⁵ Sinek, S. (2009). *Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action*. Portfolio.

²⁶ Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford University Press.

²⁷ Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). *A three-component conceptualization of organizational commitment*. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89.

CHAPITRE I : La responsabilité sociétale des entreprises

III.2. La motivation (Théorie de l'autodétermination)

La motivation est favorisée lorsque les individus perçoivent leur environnement comme soutenant leur autonomie, leur compétence et leur appartenance. En fait si les actions RSE sont perçues positivement, elles stimulent la motivation intrinsèque en donnant du sens au travail.²⁸

III.3. La satisfaction au travail

La satisfaction au travail est un état émotionnel agréable résultant de la perception qu'un individu a de son travail ou de son expérience professionnelle. Une perception favorable de l'engagement social améliore la satisfaction car elle valorise le salarié et renforce le sentiment d'utilité.²⁹

III.4. La confiance organisationnelle

La confiance est la volonté d'accepter la vulnérabilité en se basant sur les attentes positives concernant les intentions ou le comportement d'un autre. En effet une perception cohérente et transparente des engagements sociaux renforce la confiance des salariés envers la direction.³⁰

III.5. Le comportements extra-rôle (citoyenneté organisationnelle)

Les comportements de citoyenneté organisationnelle sont des comportements volontaires qui ne sont pas formellement reconnus, mais qui favorisent l'efficacité globale de l'organisation. En effet, une bonne perception des valeurs sociales de l'entreprise favorise ces comportements proactifs et positifs.³¹

Conclusion

À l'issue de ce chapitre, il apparaît clairement que la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) constitue aujourd'hui un enjeu stratégique majeur, bien au-delà de son cadre théorique initial. De ses premières controverses à sa reconnaissance institutionnelle, la RSE a évolué pour

²⁸ Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. Springer Science & Business Media.

²⁹ Locke, E. A. (1976). *The Nature and Causes of Job Satisfaction*. Dans M. D. Dunnette (Éd.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (pp. 1297–1349). Chicago: Rand McNally

³⁰ Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). *An Integrative Model of Organizational Trust*. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.

³¹ Organ, D. W. (1988). *Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome*. Lexington Books.

CHAPITRE I : La responsabilité sociétale des entreprises

intégrer les dimensions économique, sociale et environnementale au cœur du fonctionnement de l'entreprise. En mettant l'accent sur l'engagement social, nous avons souligné son rôle déterminant dans la création de valeur partagée, la cohésion interne et l'amélioration des relations avec les parties prenantes. La perception des salariés, influencée par divers facteurs organisationnels et culturels, devient alors un indicateur central de la légitimité et de l'efficacité des démarches RSE. Ce cadre conceptuel posé, nous pouvons désormais analyser de manière concrète comment une entreprise algérienne telle que Cevital Béjaïa s'approprie cette logique d'engagement social et comment celui-ci est perçu par ses collaborateurs.

**CHAPITRE II : Les pratiques
sociales au sein de l'entreprise
CEVITAL**

Chapitre II : Les pratiques sociales au sein de l'entreprise CEVITAL

Introduction

Ce chapitre est consacré à une étude de cas effectué au sein de l'entreprise Agro-alimentaire- CEVITAL. Cette étude repose sur une enquête qualitative et quantitative, réalisée à travers un questionnaire distribué au sein de 30 salariés et un entretien semi directif avec la chargée RSE qui porte sur la perception des salariés de l'engagement social de l'entreprise, ce qui nous a permis de recueillir les données essentielles pour approfondir notre analyse.

Afin de garantir une meilleure compréhension et une analyse plus détaillée, ce chapitre a été divisé en trois sections distinctes.

Dans la première section, nous avons présenté l'organisme d'accueil CEVITAL. Dans la deuxième section, nous avons exposé notre méthodologie de recherche, en décrivant les techniques utilisés pour collecter et analyser les données. Enfin, dans la troisième section, nous avons procédé à une synthèse générale des résultats de notre étude.

Section 01 : Présentation groupe CEVITAL.

Cette section est consacrée à la présentation de l'entreprise agro-industrie CEVITAL. Les Informations qui suivent sont extraites du document fourni par l'entreprise.

I. Présentation du groupe CEVITAL

CEVITAL est une Société par Actions au capital privé de 68 ,760 milliards de DA. Elle a été créé en Mai 1998, Elle est implantée à l'extrême –Est du port de Bejaia, Elle est l'un des fleurons de l'industrie agroalimentaire en Algérie qui est constituée de Plusieurs unités de production équipées de la dernière technologie et poursuit son développement par divers projets en cours de réalisation. Son expansion et son développement durant ces dernières années, font d'elle un important pourvoyeur d'emplois et de richesses. CEVITAL Food est passé de 500 salariés en 1999 à 3850 salariés en 2021.

II. Positionnement géographique

A l'arrière port de Bejaia à 200 ML du quai : Ce terrain à l'origine marécageux et inconstructible a été récupéré en partie d'une décharge publique, viabilisé avec la dernière technologie de consolidation des sols par le système de colonnes ballastées (337 KM de colonnes ballastées de 18 ML chacune ont été réalisées) ainsi qu'une partie à gagner sur la mer.

Fig.n°2 : situation de l'entreprise CEVITAL à Bejaia.



Source : <https://observalgerie.com/2021/04/21/economie/le-groupe-cevital-relance-ses-deux-usines-en-france/>.¹

III. Les activités de groupe CEVITAL

Au niveau **de Bejaia** on trouve les installations suivantes : la raffinerie de l'huile margarinerie, silos portuaires, et raffinerie de sucre. A **El kseur** une unité de production de jus de fruits cojek a été rachetée par le groupe CEVITAL dans le cadre de la privatisation des entreprises publiques algériennes en Novembre 2006. Un immense plan d'investissement a été consentie visant à moderniser l'outil de production de jus de fruits Cojek. Sa capacité de production est de 14 400 T par an. Le plan de développement de cette unité a porté à 150 000/an en 2010. A **Tizi Ouzou** et au cœur du massif montagneux du Djurdjura qui culmine à plus de 2300 mètres, l'unité d'eau minérale Lalla Khedidja a été inaugurée en juin 2007.

¹ <https://observalgerie.com/2021/04/21/economie/le-groupe-cevital-relance-ses-deux-usines-en-france/>.

IV. Les produits de CEVITAL

Le Complexe Agro-alimentaire est composé de plusieurs unités de production

Fig. n°3 : les produits de CEVITAL.



Source : document de CEVITAL.

IV.1. Les huiles végétales

Elles sont connues sous les appellations suivantes : **Fleurial** plus 100% tournesolsans cholestérol, riche en vitamine (A, D, E), **Elio et Fridor** ce sont des huiles 100% végétales sans cholestérol, contiennent de la vitamine E. Ces huiles sont issues essentiellement de graines de tournesol, Soja et de Palme, conditionnées dans des bouteilles de diverses contenances allant de (1 à 5 litres), après qu'elles aient subi plusieurs étapes de raffinage et d'analyse. La Capacité de production de ces huiles est de 828 000 tonnes /an, la part du marché national est de 70%, l'exportation est vers le Maghreb, le moyen orient, et l'Europe.

IV.2. La margarinerie et graisse végétale

L'entreprise CEVITAL produit une gamme variée de margarine riche en vitamines A, D, et E. Certaines margarines sont destinées à la consommation directe telle que Matina, Rania, le beurre gourmand et Fleurial, d'autres sont spécialement produites pour les besoins de la pâtisserie moderne ou traditionnelle, à l'exemple de la parisienne et MEDINA « SMEN », avec Capacité de production de 180.000 tonnes/an et une part du marché national de 30%, sachant que nous exportons une partie de cette production vers l'Europe, le Maghreb et le Moyen Orient.

IV.3. Le sucre

Le sucre blanc est issu du raffinage du sucre roux de canne riche en saccharose. Le sucre raffiné est conditionné dans des sachets de 50Kg et aussi commercialisé en morceau dans des boites d'1kg. CEVITAL produit aussi du sucre liquide pour les besoins de l'industrie agroalimentaire et plus précisément pour les producteurs des boissons gazeuses. La capacité de production de ce dernier en matière sèche est de 219 000 tonnes/an plus des exportations de 25 000 tonnes/an en prospection.

IV.4. Silos portuaire

Le complexe CEVITAL Food dispose d'une capacité maximale 182 000 tonnes et d'un terminal de déchargement portuaire de 2000 T par heure. La capacité de stockage actuelle est de 120 000T en 24 silos verticaux et de 50 000 T en silo horizontal. La capacité de stockage Horizon au 1 er trimestre 2010 est de 200 000 T en 25 silos verticaux et de 200 000 T en 2 silos horizontaux.

IV.5. Les boissons

Eau minérale, Jus de fruits, Sodas, L'eau minérale Lalla Khedidja depuis des siècles prend son origine dans les monts enneigés à plus de 2300 mètres du Djurdjura qui culminent en s'infiltrant très lentement à travers la roche, elle se charge naturellement en minéraux essentiels à la vie (Calcium53, Potassium 0.54, Magnésium 7, Sodium 5.5 Sulfate 7, Bicarbonate 162,) tout en restant d'une légèreté incomparable.

L'eau minérale Lallakhedidja pure et naturelle est directement captée à la source au cœur du massif montagneux du Djurdjura

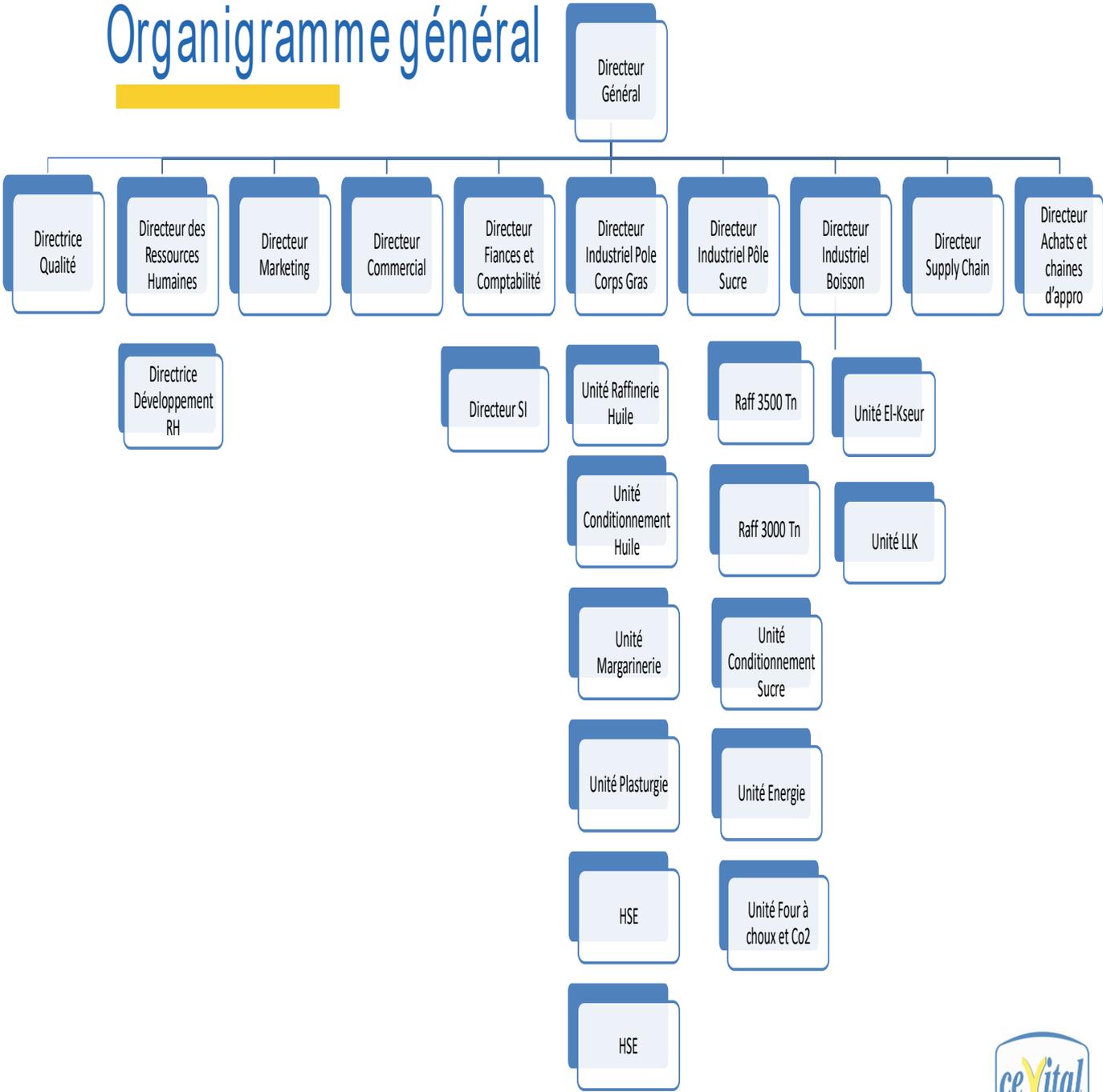
Lancement de la gamme d'eau minérale « LallaKhadidja » et de boissons gazeuses avec capacité de production de 3 000 000 bouteilles par jour. Réhabilitation de l'unité de production de jus de fruits « EL KSEUR ».

Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l'entreprise CEVITAL

V. Les directions de CEVITAL

L'entreprise CEVITAL est repartie en plusieurs directions (voire l'organigramme Fig.n°4)

Fig.n°4 : Organigramme générale de l'entreprise agroalimentaire CEVITAL.



Source : document de CEVITAL

Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l'entreprise CEVITAL

Section 2 : méthodologie de la recherche

Dans cette section, nous présentons la méthodologie de l'enquête en particulier le contenu de questionnaire et le déroulement de l'entretien.

I. L'objectif de l'enquête

Notre objectif est d'essayer de répondre à la problématique suivante : La perception des salariés de l'engagement social de l'entreprise.

II. Présentation de l'étude

L'étude (enquête) de terrain a été menée au sein de l'entreprise agro-alimentaire CEVITAL, elle s'est déroulée durant la période d'un mois du : 23/03/2025 au 23/04/2025 à la base d'un questionnaire distribué auprès d'un échantillon de 30 salariés et un entretien avec la responsable de la RSE au niveau de cette entreprise en s'appuyant sur un guide d'entretien qui a été élaboré par nous-mêmes.

III. Structure et déroulement de l'enquête par questionnaire

Notre échantillon se compose de 30salaries. Le questionnaire est distribué par le responsable RH de l'entreprise concerné et nous les avons récupérées après 15 jours.

Le questionnaire comprend 16 questions et s'articule sur les trois (03) axes suivants :

Axe1 : contient quatre (04) questions, et vise le recueil d'informations portant sur le profil du répondant.

Axe2 : regroupe six (06) questions visant le recueil d'informations sur les pratiques sociales de l'entreprise.

Axe3 : regroupe six (06) questions, permet d'exprimer la perception des salariés l'engagement social de l'entreprise.

VI. Structure et déroulement de l'entretien

Le guide d'entretien a été destiné au responsable de RSE de l'entreprise pour qu'elle nous explique en profondeur les actions sociales menés par l'entreprise au profil des salaries. Cet entretien s'est déroulé par un rendez-vous pris au préalable, dont la durée est d'une (01) heure.

V. Techniques d'analyse des résultats

Concernant notre enquête par questionnaire, les résultats ont été analysées en utilisant le logiciel Excel, les résultats sont ainsi analysées question par question.

Concernant les résultats de notre entretien avec la responsable de RSE nous avons rapporté les réponses tel quelles sont fournies par la responsable.

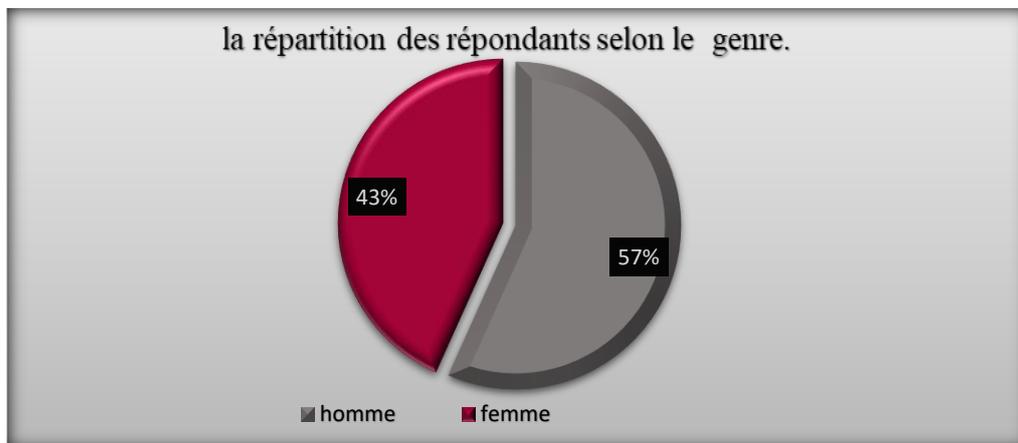
Section 03 : Analyse et interprétation des résultats du questionnaire et d'entretien.

Dans cette section, nous allons présenter le résultat de notre enquête suite aux questionnaires adressés aux employés et l'entretien réalisé avec la responsable de la RSE au niveau de l'entreprise CEVITAL.

I. Analyse et interprétation des résultats du questionnaire

Dans cette sous-section nous allons présenter les résultats de questionnaire :

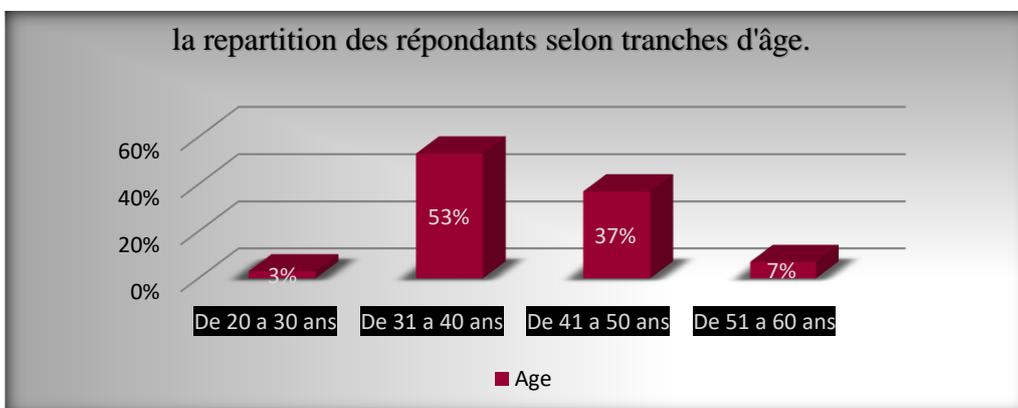
Fig.n°5 : La répartition des répondants selon le genre.



Source : résultats de notre enquête

Notre enquête a été réalisée sur un échantillon composée de 30 salariés de l'entreprise agroalimentaire –CEVITAL, dont 17 salariés sont des hommes (57 %) et 13 sont des femmes (43 %). Cette répartition indique une légère prédominance masculine parmi les personnes interrogées, ce qui peut refléter la structure de l'effectif global de l'entreprise ou une tendance sectorielle.

Fig.n°6 : La répartition des répondants selon la tranche d'âge.

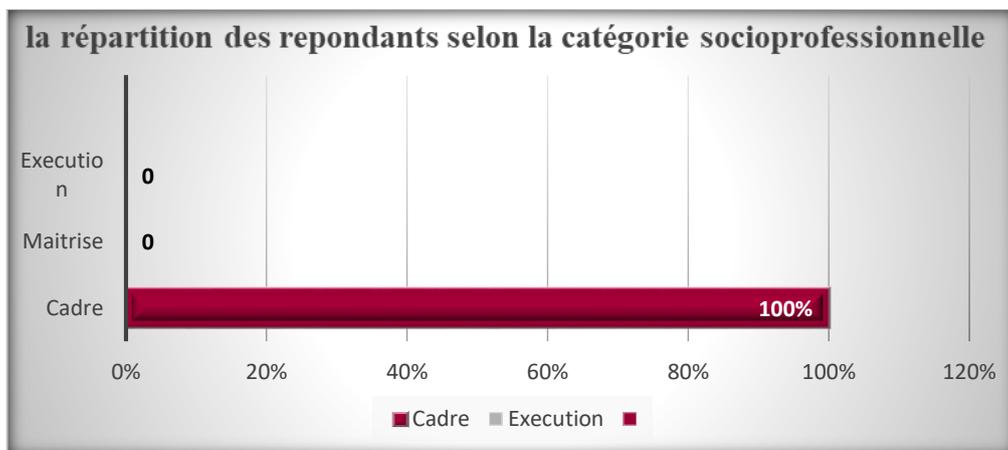


Source : Résultat de notre enquête.

Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l'entreprise CEVITAL

D'après la **figure (06)** on remarque que l'âge des répondants est réparti comme suit : 3 % représente les salariés ayant l'âge compris entre 20 à 30 ans (soit 1 salarié), pour l'âge compris entre 31 à 40 ans, le pourcentage de ceux-ci correspond à 53 % (soit 16 salariés), pour les répondants ayant l'âge entre 41 à 50 ans ces derniers représentent un pourcentage de 37 % (soit 11 salariés), et pour l'âge compris entre 51 à 60 ans nous avons un pourcentage de 7 % (soit 2 salariés). L'échantillon est donc majoritairement constitué des salariés âgés de 31 à 50 ans (90 %), ce qui correspond à une population en pleine activité professionnelle, avec une certaine ancienneté et une connaissance plus approfondie des pratiques sociales de l'entreprise.

Fig.n°7 : La répartition d'échantillon selon la catégorie socioprofessionnelle.



Source : Résultat de notre enquête.

On remarque dans ce cas que l'ensemble des participants à l'enquête (100 %) soit 30 salariés) appartient à la catégorie des cadres. Ce choix peut s'expliquer par leur position stratégique dans l'organisation, leur implication dans les politiques RSE ou encore leur capacité à évaluer les engagements sociaux de l'entreprise avec un regard critique et informé.

Fig.n°8 : la répartition d'échantillon selon l'expérience professionnelle.



Source : Résultat de notre enquête.

Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l'entreprise CEVITAL

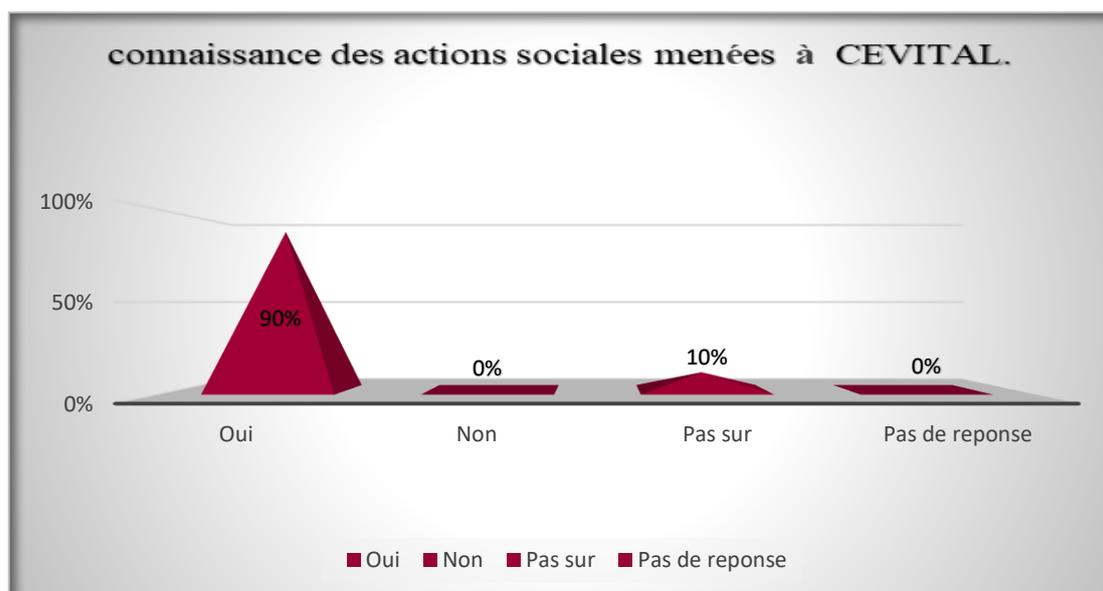
D'après la **figure (8)** on remarque que les salariés ayant une expérience professionnelle entre 1 ans et 3 ans sont de nombre 4 ce qui correspond à un pourcentage de (13 %).

Pour les salariés ayants une expérience comprise entre 4 à 6 ans nous avons 5 salariés (17 %) ,pour une expérience entre 7 à 10 ans le nombre de salaries par contre est de 3 salariés (10 %) et enfin nous avons 18 salaries qui ont une expérience de travail de plus de 10 ans ce qui représente (60 %) des salariés, ces derniers représente la majorité écrasante de l'échantillon , ce qui suggère que les répondants ont un niveau élevé de maturité professionnelle et une bonne connaissance des dynamiques internes de l'entreprise.

Les salariés ayant moins de 6 ans d'ancienneté représentent environ 30 % de l'échantillon, ce qui apporte aussi une diversité de points de vue, entre les anciens et les nouveaux employeurs.

AXE 2 : Les pratiques sociales.

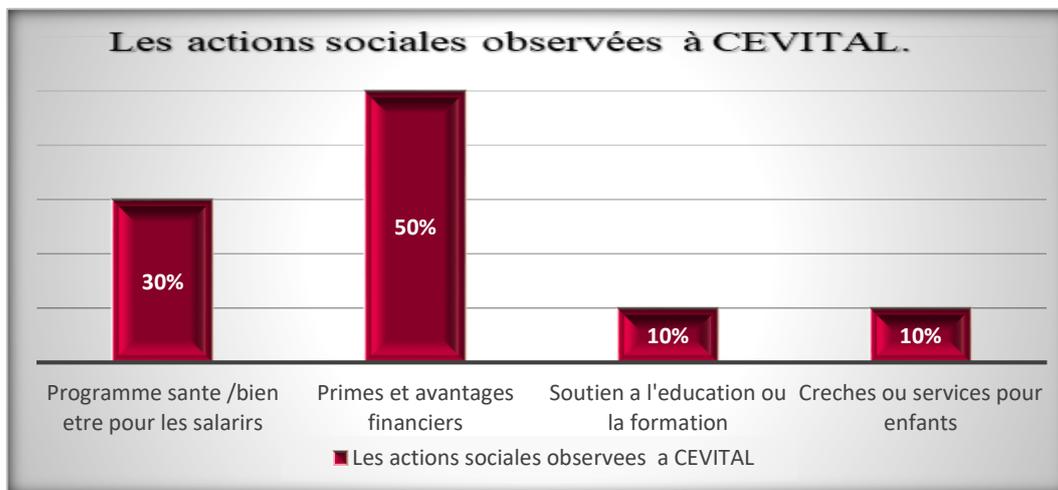
Fig.n°9 : Connaissance des actions sociales menées à CEVITAL.



Source : Résultat de notre enquête.

Les résultats de cette étude montrent que 90 % (soit 27 salariés) des salariés interrogés déclarent connaître les actions sociales menées par CEVITAL alors que 10 % (3 salariés) ne sont pas sûrs. Cela montre une bonne visibilité générale des actions sociales au sein de l'entreprise, bien que quelques salariés restent peu informés ou incertains. Cela peut indiquer un besoin de renforcer la communication interne.

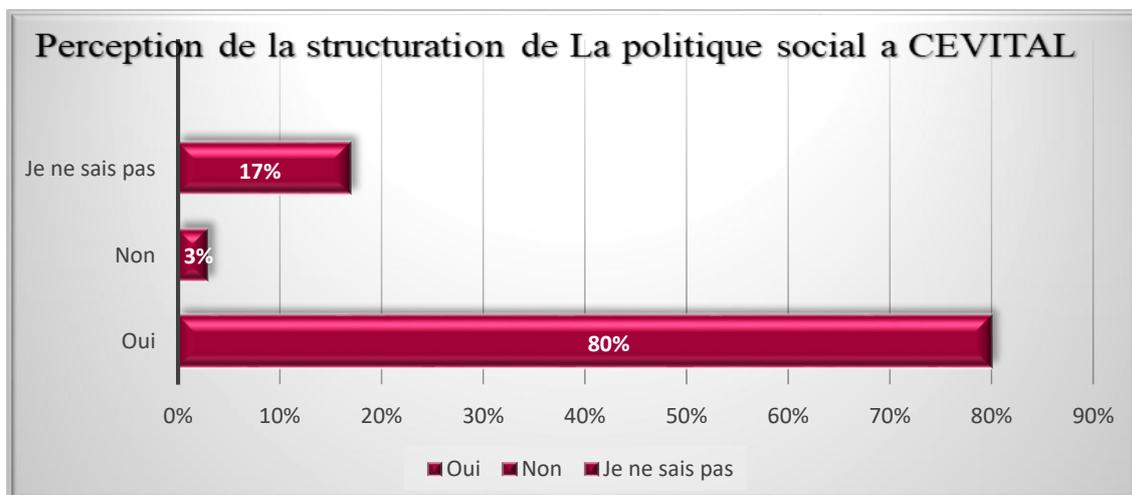
Fig.n°10 : La répartition de l'échantillon selon les actions sociales observées à CEVITAL.



Source : Résultat de notre enquête.

On remarque d'après la figure 10 que la répartition de l'échantillon selon les actions sociales observées à CEVITAL est comme suivant ; la moitié des salariés interrogés 15 salariés (50%) ont cité les primes et avantages financiers 30% (9 salariés) ont mentionné les programmes de santé et de bien-être ,10 % ont évoqué le soutien à l'éducation ou à la formation et enfin 10 % (3 salariés) ont observé la mise en place de crèches ou services pour enfants. L'action sociale semble alors prioritairement centrée sur l'aspect financier, ce qui est souvent très apprécié par les salariés. Toutefois, des actions plus structurelles (formation, soutien familial) restent moins visibles ou moins fréquentes.

Fig.n°11 : la perception de la structuration de la politique sociale à CEVITAL.

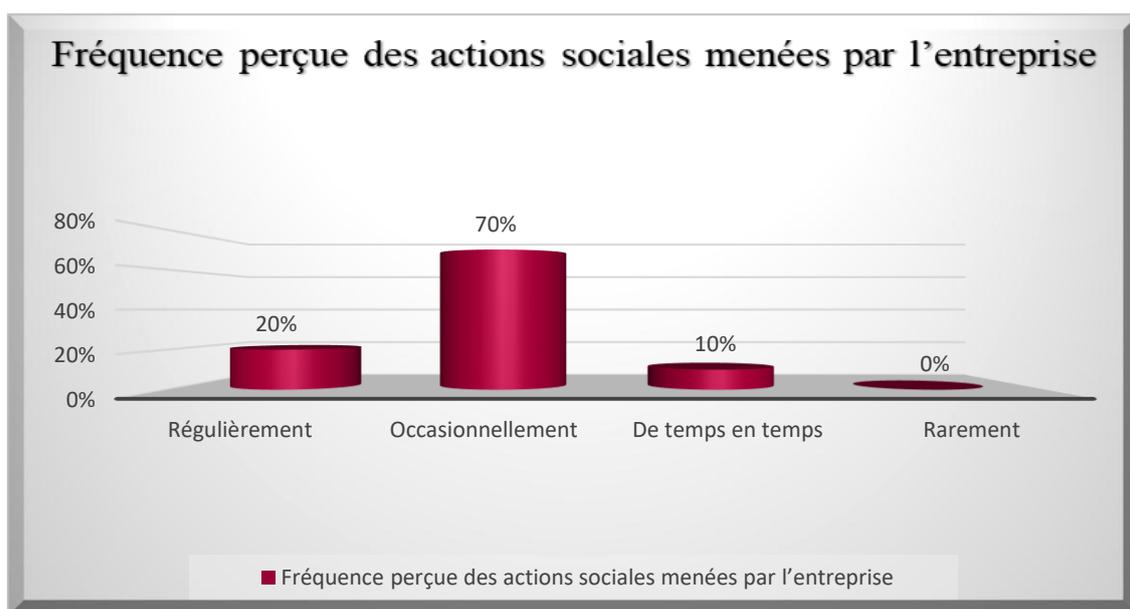


Source : Résultat de notre enquête.

Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l'entreprise CEVITAL

On remarque d'après les résultats de cette étude que 80 % soit (27 salariés) des salariés estiment que la politique sociale est bien structurée et officielle, 17 % (soit 5 salariés) pensent le contraire et 3 % ne le savent pas. En effet une large majorité des salariés perçoivent l'engagement social de l'entreprise comme structuré, ce qui traduit une certaine confiance dans la politique RSE de CEVITAL. Cependant, près d'un salarié sur cinq doute de sa formalisation, ce qui peut refléter des lacunes en matière de clarté ou de transparence.

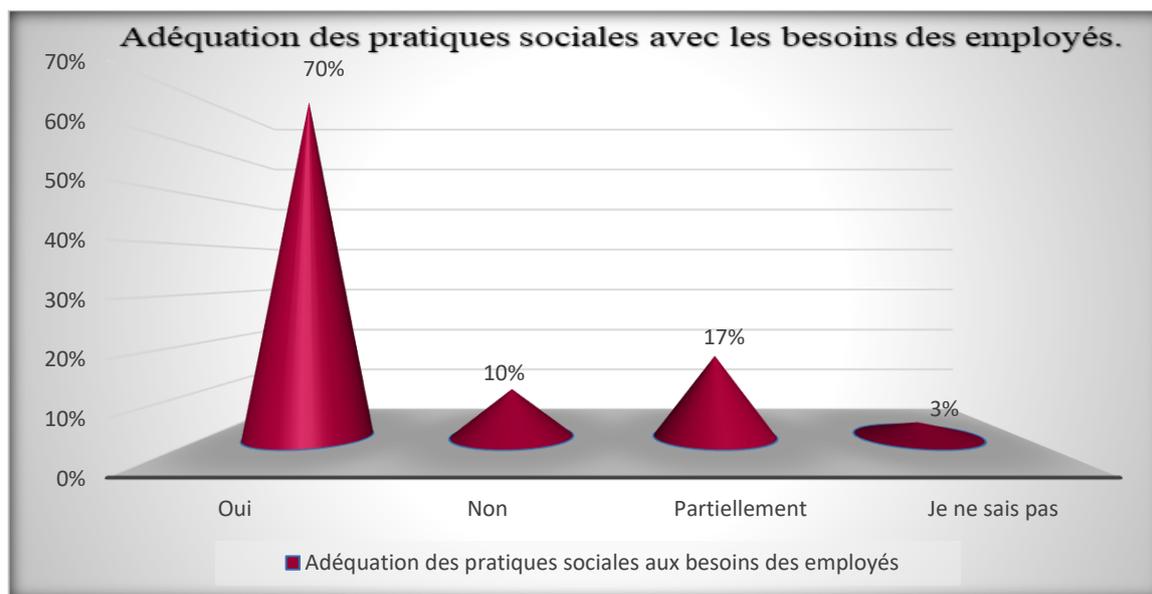
Fig.n°12 : Les fréquences perçus des actions sociales menées par l'entreprise.



Source : Résultat de notre enquête.

Les résultats de cette étude concernant la perception des salariés interrogés de CEVITAL vis à avis les actions sociales montrent que 70 % d'entre eux perçoivent qu'elles sont menées occasionnellement, 20 % des salariés indiquent qu'elles ont lieu régulièrement et 10 % estiment qu'elles sont organisées de temps en temps. Les actions sociales ne semblent pas systématiques ni planifiées à des intervalles réguliers, ce qui peut limiter leur impact à long terme

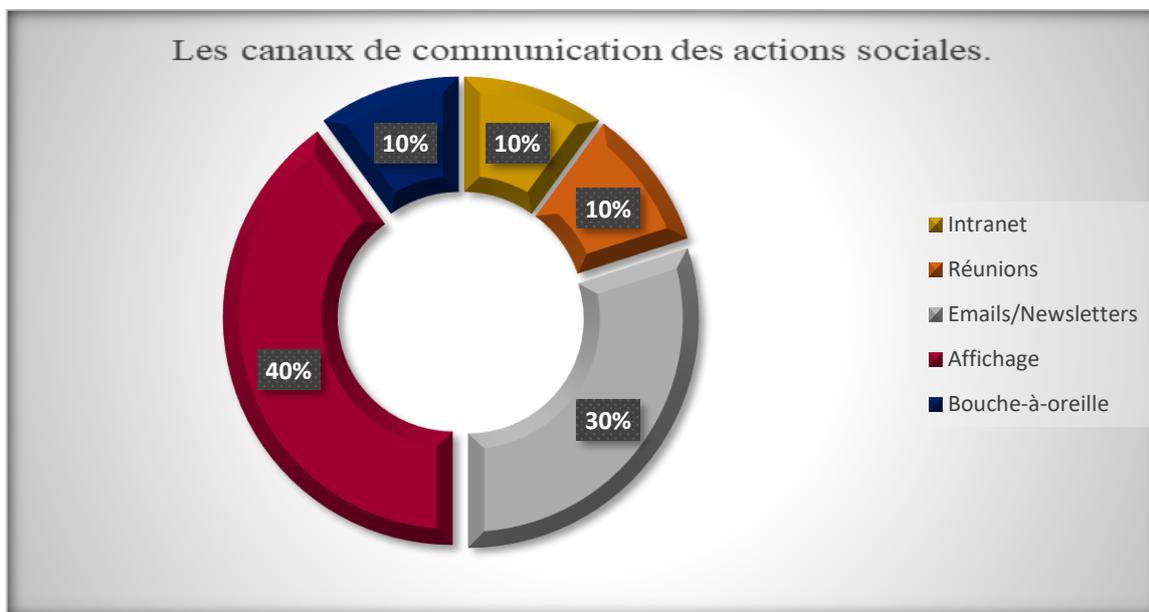
Fig.n°13 : Adéquation des pratiques sociales avec les besoins des employés.



Source : Résultat de notre enquête.

Pour l'adéquation des pratiques sociales avec les besoins des employés, 70 % (soit 21 salariés) des répondants considèrent que les pratiques sociales répondent à leurs besoins, 17 % (soit 21 salariés) estiment qu'elles y répondent partiellement, 10 % (3 salariés) ont répondu par non et 3 % (1 salarié) ne le savent pas (Figure n° 13). De ce fait, la majorité des salariés se sentent concernés positivement par les pratiques sociales mises en œuvre. Toutefois, une proportion non négligeable (30 %) estime que ces actions ne sont pas pleinement satisfaisantes, ce qui suggère un besoin d'évaluation et d'ajustement.

Fig.n°14 : Les canaux de communication des actions sociales.



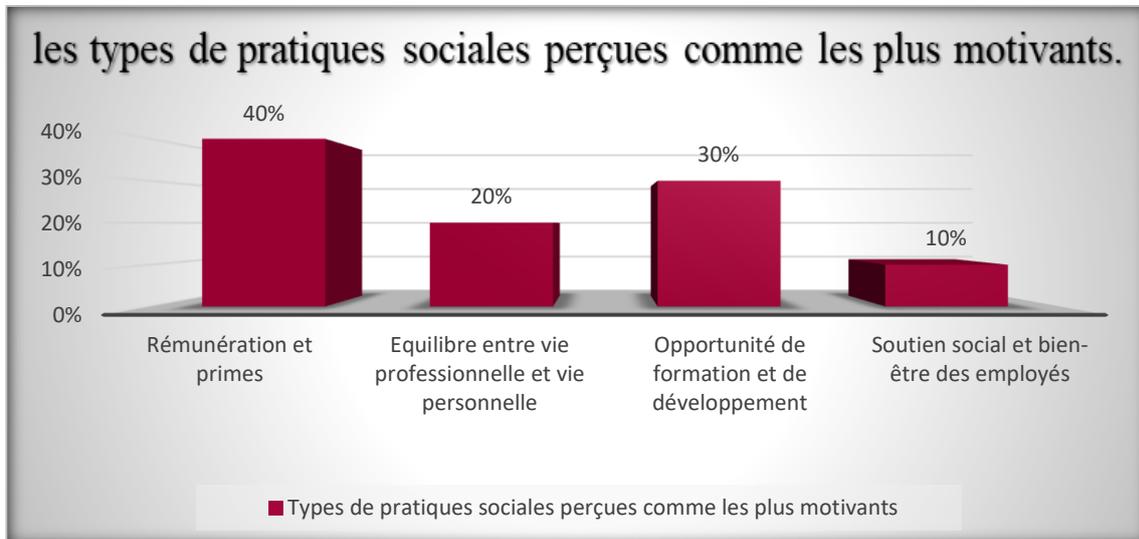
Source : Résultat de notre enquête.

D'après cette figure (N13) on remarque que la majorité (40%) (12) des employés interrogés de l'entreprise apprennent l'information relatives aux actions sociales par le baie d'affichage,30 % (soit 9 salariés) par email ,10 % (3 salariés) par intranet,10 % (3 salariés) par réunions, et 10 % par la bouche-à-oreille. On constate que 'affichage et les emails sont les moyens de communication les plus utilisés et les canaux interactifs (réunions, intranet) sont encore peu exploités, ce qui limite l'échange et la participation active.

Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l'entreprise CEVITAL

AXE 3 : La perception de l'engagement social de l'entreprise

Fig.n°15 : Les types de pratiques sociales jugées les plus motivantes.

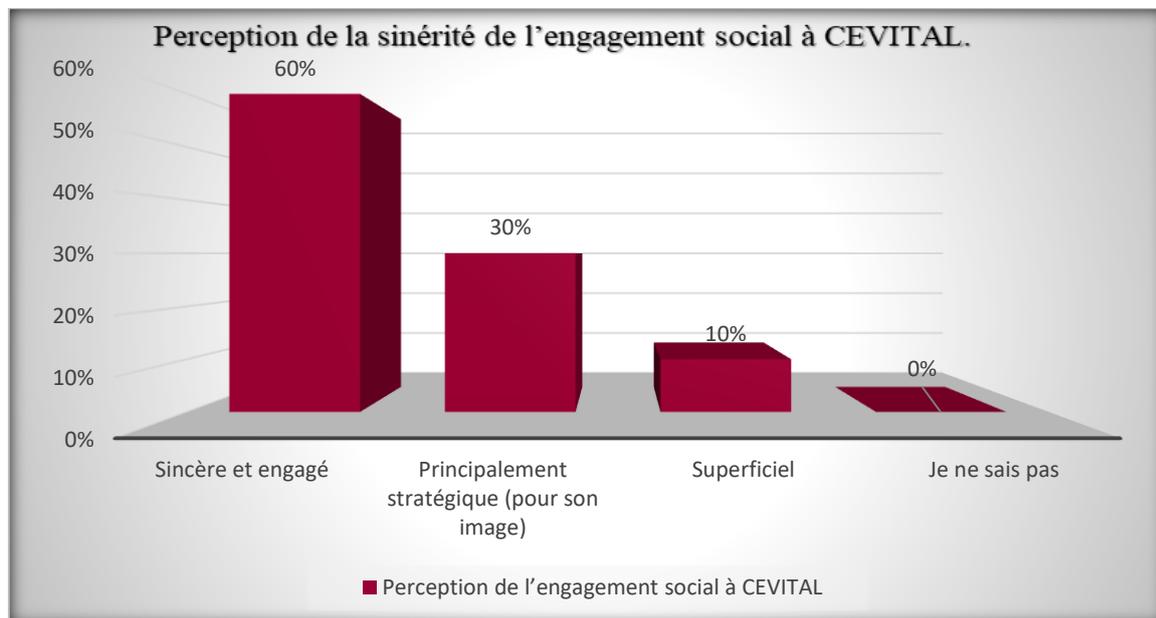


Source : Résultat de notre enquête

Après avoir interrogé les salariés sur les types de pratiques sociales jugées les plus motivantes leurs réponses ont été comme suit : 40 % (12 salariés) d'entre eux considèrent que la rémunération et les primes sont les leviers les plus motivants alors que 30 % (soit 9 salariés) privilégient les opportunités de formation et de développement ,20 % (6 salariés) citent l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle et enfin 10% (3 salariés) soulignent le soutien social et le bien-être.

D'après ces résultats on peut dire que la dimension financière reste la plus valorisée par les salariés, ce qui est courant dans un contexte professionnel. Cependant, un tiers des répondants accorde une importance forte au développement des compétences, ce qui reflète un intérêt croissant pour l'évolution professionnelle. L'équilibre vie privée et vie professionnelle est aussi perçu comme un facteur de motivation, bien qu'encore minoritaire.

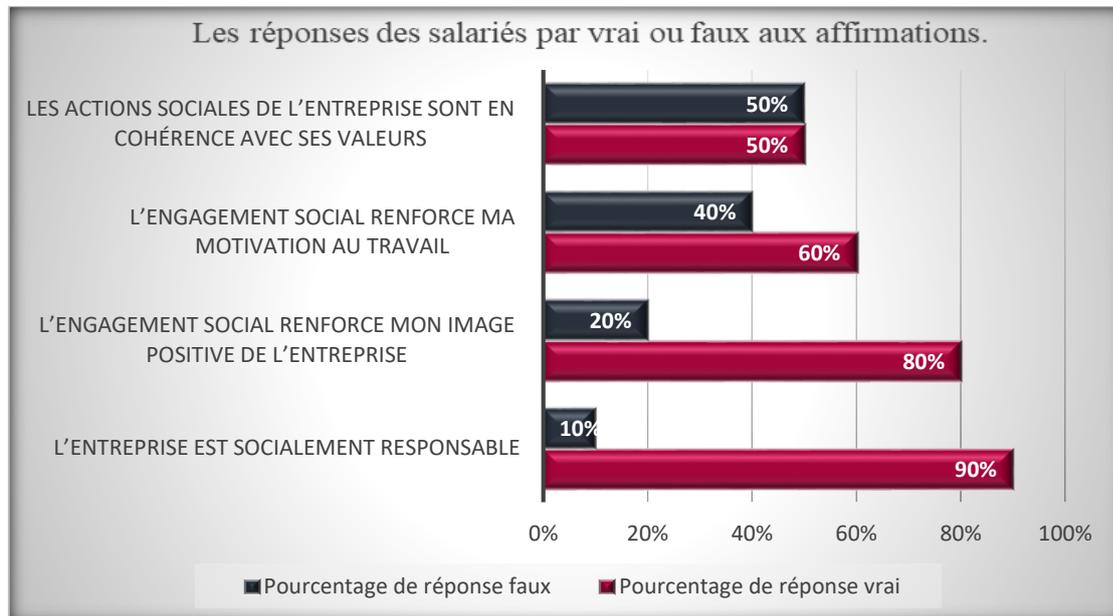
Fig.n°16 : Perception de la sincérité de l'engagement social de CEVITAL.



Source : Résultat de notre enquête

Par rapport à la perception de la sincérité de l'engagement social à CEVITAL, 60 % (soit 18 salariés) des répondants estiment que l'engagement social de l'entreprise est sincère et engagé alors que 30 % (9 salariés) pensent qu'il est principalement stratégique et orienté image et 10 % (3 salariés) le jugent superficiel. Il en résulte alors que la majorité des salariés perçoit positivement la sincérité de l'engagement social de l'entreprise, ce qui reflète une certaine crédibilité des actions menées. Toutefois, d'autres salariés ont une lecture plus critique, y voyant une démarche avant tout stratégique ou même peu profonde. Cela révèle un enjeu important pour CEVITAL c'est de renforcer la transparence, la cohérence et la visibilité des actions sociales afin de consolider la confiance interne.

Fig.n°17 : Les réponses des salariés par vrai ou faux aux affirmations.



Source : Résultat de notre enquête

Les résultats de cette enquête montrent que pour la première affirmation (Les actions sociales de l'entreprise sont en cohérence avec ses valeurs) une répartition équitable de perception des salariés entre vraie et faux. La moitié estime que les actions sociales menées par l'entreprise sont alignées avec ses valeurs, tandis que l'autre moitié perçoit une incohérence potentielle. Cela peut indiquer un manque de clarté ou de communication autour des valeurs et des engagements sociaux de l'entreprise. Des doutes sur la sincérité ou l'efficacité de ces actions. Un travail de cohérence stratégique et de communication interne s'avère nécessaire pour renforcer la crédibilité de l'engagement social.

Pour la deuxième confirmation (l'engagement social renforce ma motivation au travail) : La majorité 60% (soit 18 salariés) considère que l'engagement social a un impact positif sur leur motivation. Cela signifie que les actions sociales peuvent être perçues comme un levier de mobilisation du personnel. Cependant, 40% (soit 12 salariés) ne ressentent aucun impact motivant, ce qui peut s'expliquer par : Une distance entre les actions sociales et les réalités du terrain. Une perception d'instrumentalisation ou de non-pertinence des actions. Il faut veiller à ce que les initiatives sociales soient visibles, concrètes et qu'elles fassent écho aux préoccupations réelles des salariés.

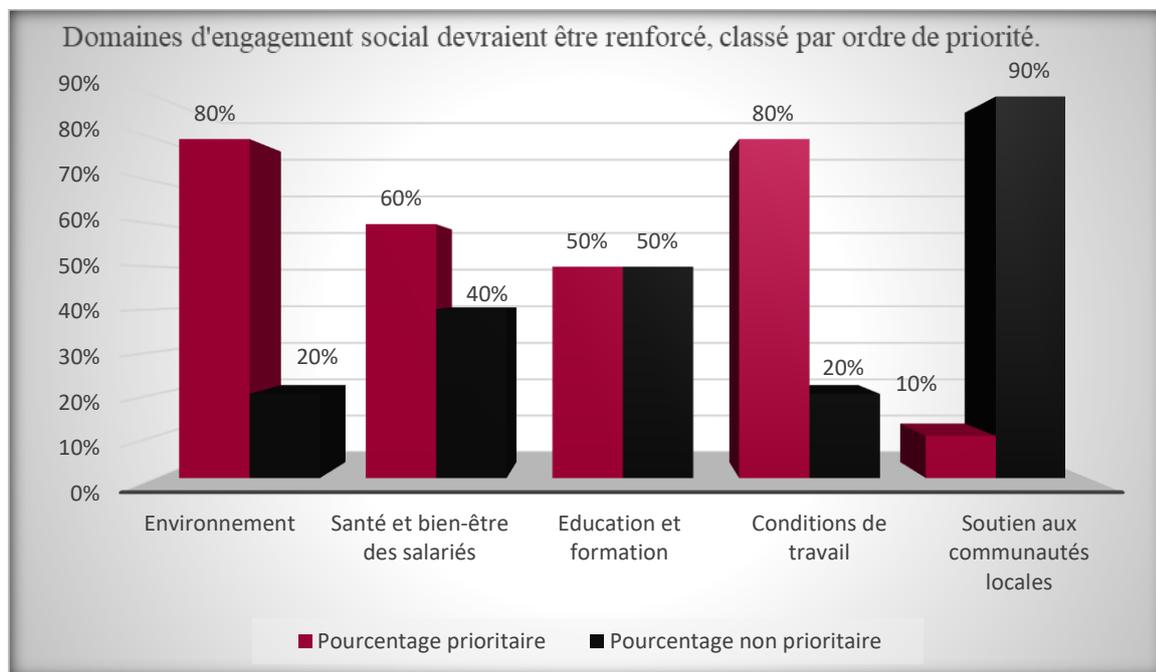
Pour l'affirmation (L'engagement social renforce mon image positive de l'entreprise) : Une large majorité reconnaît un impact positif de l'engagement social sur l'image de l'entreprise,

Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l'entreprise CEVITAL

ce qui est un signal fort de la réussite des démarches de responsabilité sociétale en termes de réputation interne. Cela confirme l'intérêt stratégique de l'engagement social pour améliorer l'attractivité de l'entreprise et renforcer le sentiment d'appartenance.

Enfin on remarque que pour l'affirmation (L'entreprise est socialement responsable) un quasi-consensus se dégage sur la reconnaissance de la responsabilité sociale de l'entreprise. Cela traduit une perception globalement positive de son comportement envers la société et les parties prenantes. L'entreprise a su instaurer une image responsable, probablement grâce à des actions visibles, et cohérentes.

Fig.° 18 : Domaines d'engagement social devraient être renforcé classé par ordre de priorité.



Source : résultat de notre enquête.

Les résultats révèlent que les pratiques sociales jugées les plus prioritaires par les salariés sont les conditions de travail et l'environnement, chacune plébiscitée à 80 % (soit 24 salariés). Viennent ensuite la santé et le bien-être des salariés 60 % (soit 18 salariés) et l'éducation et formation 50% (15 salariés), qui recueillent des avis plus partagés. En revanche, le soutien aux communautés locales est largement jugé non prioritaire par 90 % (soit 21 salariés) des répondants. Cela traduit une priorité accordée par les salariés aux actions ayant un impact direct sur leurs conditions de travail et leur qualité de vie, tandis que les engagements externes, tels que le soutien aux communautés locales, sont relégués au second plan.

Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l'entreprise CEVITAL

Synthèse de réponse à la question Avez-vous des suggestions pour améliorer l'engagement social de l'entreprise ? »

Les suggestions des salariés de CEVITAL mettent en lumière plusieurs attentes récurrentes pour renforcer l'engagement social de l'entreprise. Parmi les principales demandes figurent la mise en place de services de proximité, comme une crèche, l'amélioration des conditions de travail (stationnement, équipements de protection), et un accès renforcé à la formation continue. Les salariés souhaitent également une gestion plus équitable et individualisée des actions sociales, fondée sur la transparence et l'écoute. Des propositions portent sur des améliorations organisationnelles, telles que la digitalisation de la politique RSE ou l'aménagement des horaires pour les femmes. Enfin, l'absence de suggestions chez certains répondants pourrait refléter une satisfaction, un désengagement ou un manque d'information.

Synthèse de réponse à la question « Pouvez-vous citer des exemples d'actions sociales que vous auriez particulièrement appréciées ou critiquées ? »

Les salariés ont exprimé une appréciation pour certaines actions sociales comme la distribution de cadeaux aux enfants, les tournois de football, les voyages organisés, les aides financières (crédits pour aménagement ou achat de véhicules), la circoncision collective, l'aide à la scolarisation, la prise en charge médicale, la mutuelle et la sensibilisation à l'hygiène. En parallèle, des critiques ont été formulées concernant certaines prestations, notamment la prime de mouton et celle de l'Aïd El-jugée très faibles, l'absence de transport, ainsi que le manque de formation continue. Des inégalités perçues dans la répartition des actions sociales ont également été signalées, accompagnées d'un appel à plus de justice et d'écoute. Enfin, de nombreux salariés ont répondu « rien » ou « RAS », ce qui pourrait traduire un manque d'information, un désintérêt ou une faible visibilité des actions sociales.

Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l'entreprise CEVITAL

La synthèse de questionnaire par rapport la perception des cadre

D'après ce questionnaire nous avons constaté que :

- Les répondants sont majoritairement des hommes, âgés entre 31 et 50 ans, tous appartenant à la catégorie des cadres, avec une ancienneté élevée (plus de 10 ans), ce qui indique une bonne connaissance de l'entreprise.
- La majorité des salariés affirment connaître les actions sociales menées par CEVITAL, ce qui traduit une visibilité globale satisfaisante de l'engagement social.
- Les actions sociales les plus citées concernent principalement les avantages financiers (primes, crédits), suivis par les programmes de santé, d'éducation et les services pour enfants.
- 80 % des répondants considèrent la politique sociale comme bien structurée, mais 70 % la jugent occasionnelle, ce qui reflète une perception d'irrégularité dans l'implication sociale.
- Bien que la majorité des salariés estiment que ces pratiques répondent à leurs besoins, une part non négligeable (30 %) exprime des attentes non satisfaites, notamment en matière de conditions de travail, de santé et de formation.
- Les moyens de communication les plus utilisés pour diffuser les actions sociales sont l'affichage et l'e-mail, tandis que les canaux plus interactifs (intranet, réunions) sont peu exploités.
- Les actions sociales jugées les plus motivantes sont les primes, suivies par la formation, l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, ainsi que le bien-être.
- L'engagement social de l'entreprise est perçu comme sincère par certains salariés, mais d'autres le considèrent comme une stratégie d'image ou une démarche superficielle.
- Les actions sociales améliorent la motivation et l'image de l'entreprise pour une majorité, mais une part significative des salariés n'en perçoit pas d'impact direct.
- Les domaines jugés prioritaires à renforcer sont les conditions de travail, la santé et la formation, alors que le soutien aux communautés locales est considéré comme peu prioritaire.

Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l'entreprise CEVITAL

- Les suggestions exprimées concernent surtout l'amélioration des services de proximité (garderie, crèche), la formation continue, la transparence, l'équité dans la répartition des avantages, ainsi que la digitalisation de la politique sociale.
- Les initiatives les plus appréciées sont : les cadeaux pour enfants, les voyages organisés, la mutuelle et les aides financières.
- Les principales critiques concernent certaines prestations jugées faibles ou absentes, telles que la prime de l'Aïd, le manque de transport et les actions de formation.
- Des inégalités perçues dans l'accès ou la répartition des actions sociales nuisent à une perception pleinement positive de l'engagement social de l'entreprise.
- Enfin, une partie des salariés n'a formulé aucune suggestion, ce qui peut traduire une satisfaction, un désintérêt ou un manque d'information.

II. Analyse et interprétation des résultats de l'entretien avec la chargée de RSE au niveau de l'entreprise agroalimentaire CEVITAL

Après avoir analysé notre enquête avec l'échantillon des salariés de l'entreprise CEVITAL à propos de leur perception vis avis l'engagement social de cette dernière, nous allons voir l'avis de responsable de la RSE à travers cet entretien ;

Question 1 ; Votre vision vis avis de la RSE en tant responsable ?

La réponse 1 : La RSE pas une obligation mais c'est une démarche volontaire de l'entreprise, elle est directive de l'iso 26000, ce sont toutes les améliorations dans le domaine économique social et environnemental, cette décision a été communiquée officiellement à l'ensemble des salariés pour qui ils soient au courant de cette démarche.

Question 2 : En quelle année la démarche RSE a-t-elle été intégrée au sein de l'entreprise CEVITAL ?

La réponse 2 : Cette démarche a été installée très récemment en effet nous avons diffusé le premier rapport annuel de RSE en 2010.

Question 3 : La mise en place de cette démarche a-t-elle été facile ou difficile ?

La réponse 3 : C'est difficile d'appliquer cette démarche dans les entreprises économiques qui se focalise sur la génération des chiffres d'affaire, la productivité les revenus ect mais c'est un choix

Question 4 : "Comment faites-vous pour sensibiliser les salariés aux actions de la RSE ?

La réponse 4 ; Gamification sous forme de jeux de carte après bien sur une description générale

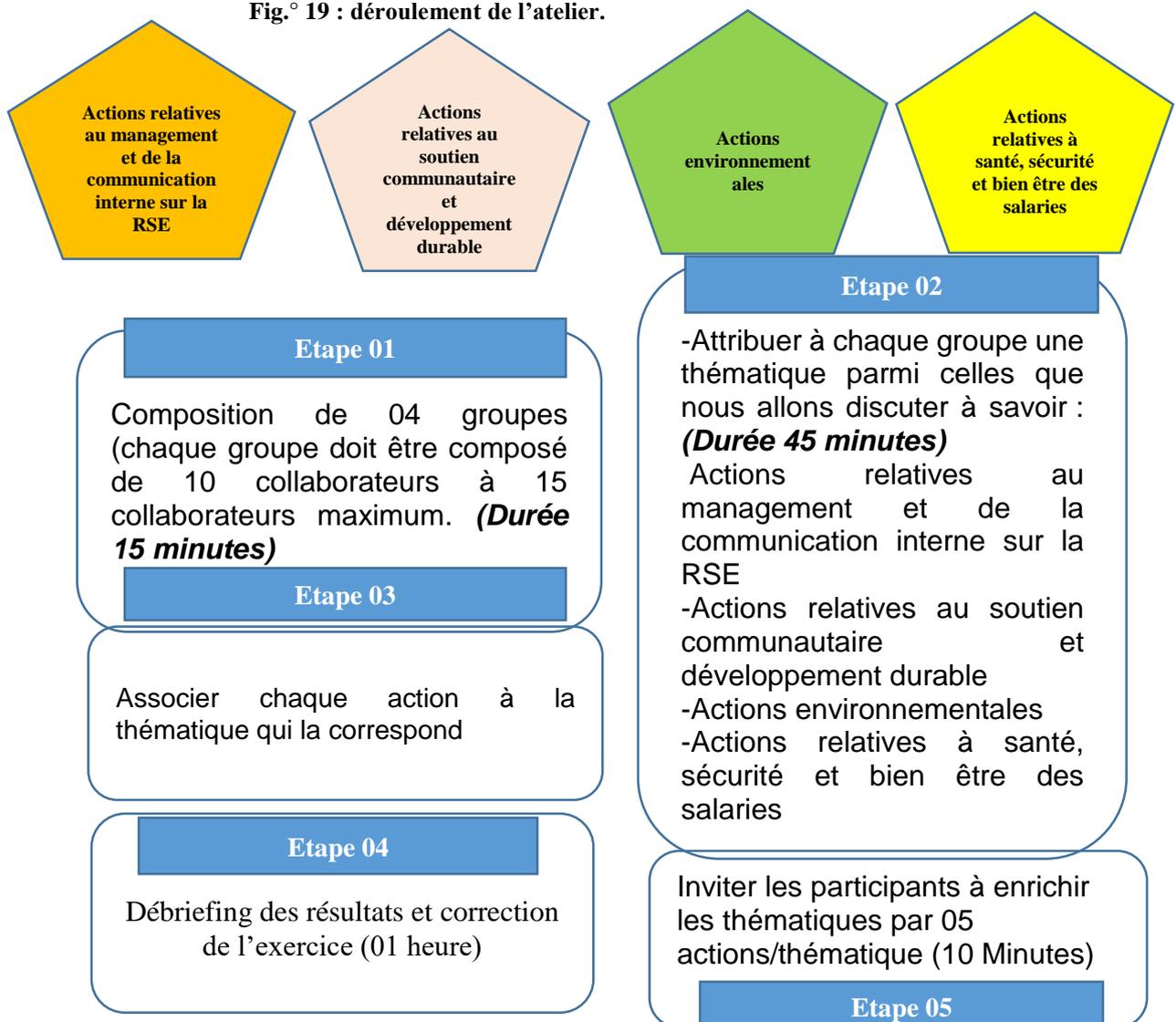
Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l'entreprise CEVITAL

de RSE et ses actions.

Déroulement de l'atelier

Je distribue des cartes vierges (blanches) que j'ai préparé au préalable avec 4 thématiques ; Le vert pour les actions environnementales le jaune pour les Actions relatives à santé, sécurité et bien être des salariés (cote social) le beige pour les actions relatives au soutien communautaire et développement durable et enfin l'orange pour les actions relatives au management et à la communication interne sur la RSE. Je distribue après ces cartes vierges sans couleurs et les salariés vont associer des actions par rapport aux thématiques. En même temps on essaye d'enrichir le débat des actions qui sont similaires à leur niveau.

Fig.° 19 : déroulement de l'atelier.



Source : document de CEVITAL.

Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l'entreprise CEVITAL

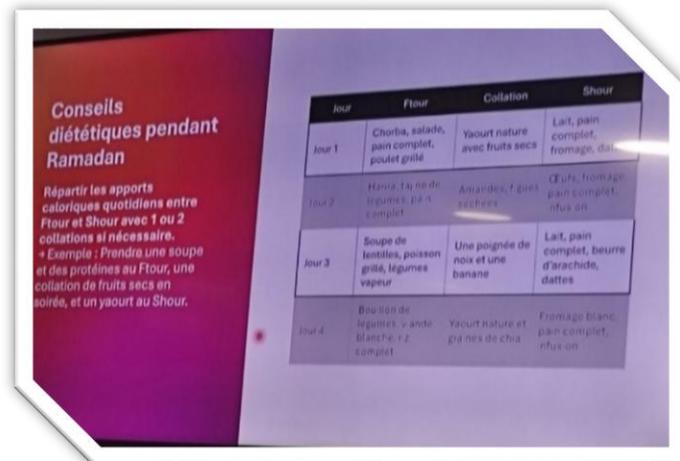
Question 5 : Pouvez-vous nous citer, si possible, quelques actions sociales mises en place par l'entreprise au profit des employés en 2025 ?

La réponse 5 : malgré la divergence des priorités en RSE pour l'année 2025 d'une entreprise à une autre, nous allons prioriser les actions à réaliser tout en mettant en amont les enjeux et les attentes de nos parties prenantes internes et externes

- ✓ Attribution don produits CEVITAL aux salariés à l'occasion du mois de Ramadhan le 19/02/2025, dont la composante est : 02 bidons huiles 5 litres, 02 Smen 500G, 02 Margarine Fleurial 250 Gr active, 02 Mayonnaise ail & fine herbes 395gr, 02 vinaigrettes, 03 kilos de sucre
- ✓ Attribution d'un montant de : **5 000da/femme** soit **164 femmes** à l'occasion de la journée internationale de la femme le 08/03/2025 par le comité de participation.
- ✓ Attribution d'un montant de : **7 000da/femme** soit **164 femmes** à l'occasion de la journée internationale de la femme le 08/03/2025 par l'entreprise Note d'information n°12/2025 du 06/03/2025.
- ✓ Organisation d'une journée de sensibilisation « **Diabète et le Ramadhan** » le 03/03/2025 au niveau de la cantine, cet évènement a été réalisé en collaboration avec **CHU de Bejaia.**

Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l'entreprise CEVITAL

Fig. n°20 : quelques actions sociales mises en place par l'entreprise CEVITAL au profit des employés en 2025.



Source : document de CEVITAL.

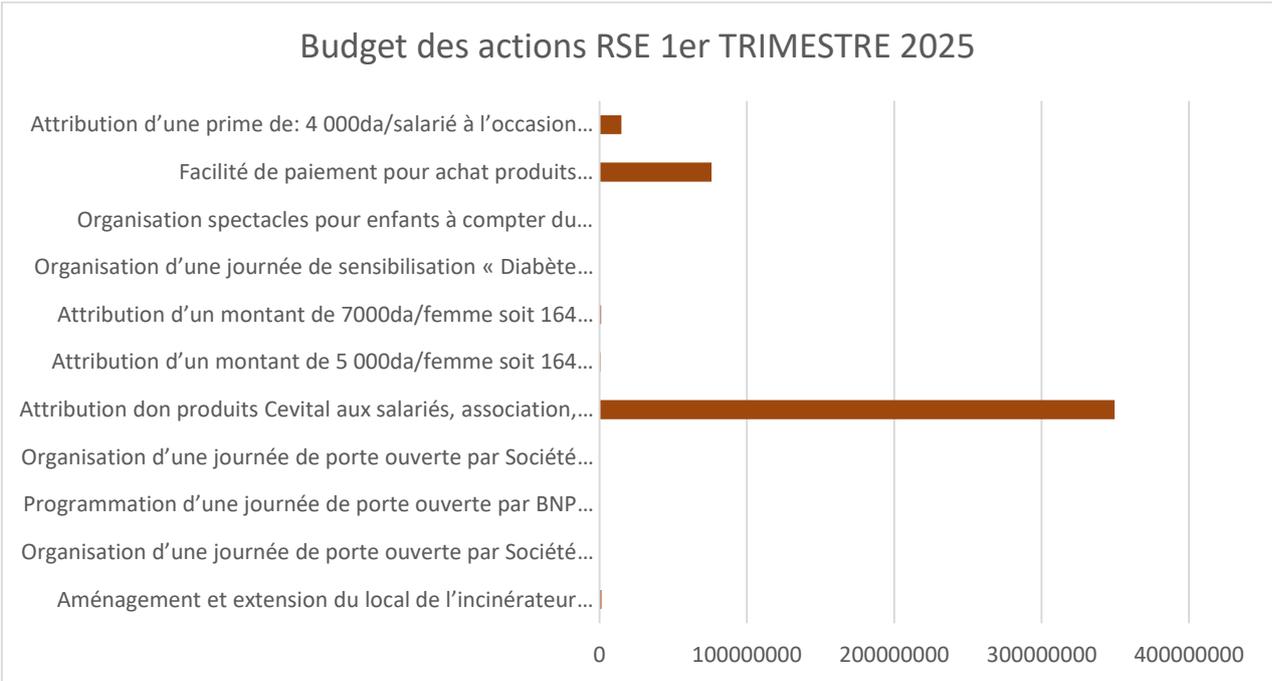
Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l’entreprise CEVITAL

- ✓ Organisation spectacles pour enfants à compter du 06/03/2025 au 22/03/2025 fractionné en deux spectacles par soirée de (20 :00 à 22 :00) et de (22 :00 à 00 :00) au niveau hôtels (CHREA, LAC, GOLDEN H).
- ✓ Renouvellement du **contrat d’assurance groupe mutuelle « Algérienne vie »** à compter du **01/01/2025** avec les mêmes avantages et prestations. N°DRH/14/2025 du 10/03/2025.
- ✓ Signature des conventions d’achat pour les articles électroménager et meubles auprès de : **SARL ELECTRONIC COMPANY-ETS AMOKRANE-OPERA MEUBLE-SPA- MAROUA SHOPPING** par le comité de participation, N° D’information n°03/INF/2025 du 06/02/2025 à compter du 11/02/2025.

- ✓ Rajout d’une convention d’achat avec **GECO Meuble**, mail transmis le 06/03/2025.
- ✓ Attribution dons produits Cevital pour les retraités et familles des salariés décédés à partir du 25/02/2025, soit pour **334 bénéficiaires**.

- ✓ Attribution d’une prime de : **4 000da/salarié** à l’occasion de la fête Aid El fitre, soit pour **3724** et un montant total de : **14 896 000,00DA**, note d’information CP Réf/05/INF/2025 du 25/03/2025.

Fig.n°21 : Budget des actions RSE 1er trimestre 2025.



Source : document de CEVITAL.

Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l'entreprise CEVITAL

Synthèse de résultats de l'entretien avec la chargée de RSE au niveau de l'entreprise agroalimentaire CEVITAL.

- L'engagement social de l'entreprise CEVITAL est de plus en plus **visible et reconnu par ses employés**, notamment grâce à la formalisation progressive de la démarche RSE depuis 2010.
- La mise en place d'**ateliers participatifs** et ludiques (gamification) permet d'impliquer directement les salariés, renforçant leur compréhension et leur **adhésion aux actions sociales menées**.
- Les actions concrètes réalisées en 2025 (dons, primes, événements de sensibilisation, avantages sociaux) sont perçues positivement, car elles répondent **aux attentes réelles des salariés de CEVITAL**.
- Cette approche inclusive et tangible **renforce la perception de l'entreprise à l'écoute**, soucieuse du bien-être de son personnel et de sa communauté.
- Ainsi, l'engagement social de CEVITAL, lorsqu'il est accompagné d'une communication claire et d'une participation active, est **mieux perçu, compris et valorisé par ses salariés**.

III. Discussion générale

L'étude réalisée auprès des salariés de CEVITAL montre que la façon dont les employés perçoivent l'engagement social de leur entreprise a un impact réel sur leur motivation et leur implication au travail, ce qui permet de répondre à la problématique posée. La majorité des salariés interrogés affirment connaître les actions sociales mises en place, comme les primes, les aides financières, la mutuelle, ou les activités pour enfants, et beaucoup les considèrent utiles. En effet, 60 % des répondants disent que ces actions améliorent leur motivation, ce qui confirme en grande partie la première hypothèse : plus un salarié a une bonne opinion des engagements sociaux de l'entreprise, plus il est motivé et engagé dans son travail. Cependant, tout le monde ne partage pas cette vision positive. Une partie des salariés (environ 40 %) pense que ces actions n'ont pas d'effet réel sur leur motivation, souvent parce qu'elles sont vues comme irrégulières, mal communiquées, ou mal adaptées à leurs besoins. Cela rejoint aussi la deuxième hypothèse : certains employés estiment que l'engagement social de CEVITAL n'est pas totalement sincère, mais plutôt destiné à donner une bonne image de l'entreprise. En effet, 30 % pensent que ces actions servent surtout à améliorer la réputation de CEVITAL, et 10 %

Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l'entreprise CEVITAL

les trouvent superficielles. On peut donc dire que même si l'entreprise fait des efforts en matière de responsabilité sociale, leur impact sur les salariés dépend beaucoup de la clarté, de la régularité et de la justice perçue de ces actions. Pour que ces efforts soient mieux perçus, il est important que l'entreprise écoute davantage les attentes des salariés, améliore la communication et rende les actions plus visibles et accessibles. En conclusion, la perception de l'engagement social influence bien le comportement et la motivation des salariés, mais à condition que cet engagement soit perçu comme authentique, utile, équitable et proche des besoins réels du personnel.

Conclusion

L'étude réalisée chez CEVITAL montre que les salariés perçoivent généralement de façon positive l'engagement social de leur entreprise, surtout lorsqu'il est concret et visible. Cette perception améliore leur motivation au travail. Toutefois, certains employés doutent de la sincérité de ces actions, les jugeant irrégulières ou stratégiques. Cela souligne l'importance d'une RSE authentique, bien communiquée et adaptée aux besoins réels du personnel. La RSE ne doit pas seulement exister, elle doit être sincèrement vécue par les salariés.

Conclusion générale

Conclusion générale

Ce mémoire a été consacré à l'étude de la perception des salariés de l'entreprise CEVITAL vis-à-vis de son engagement social, dans le but de répondre à la problématique suivante : *la perception des salariés de l'engagement social de leur entreprise influence-t-elle leur engagement au travail et leur satisfaction professionnelle ?* Pour y répondre, nous avons adopté une méthodologie mixte combinant une enquête par questionnaire auprès de 30 cadres de l'entreprise et un entretien semi-directif avec la responsable RSE. Cette approche nous a permis de recueillir à la fois des données quantitatives sur les opinions générales des salariés, et des données qualitatives sur la stratégie RSE de l'entreprise.

Les résultats obtenus montrent que la majorité des salariés interrogés ont une perception globalement positive de l'engagement social de CEVITAL, surtout lorsqu'il s'agit d'actions concrètes et visibles comme les primes, la mutuelle, les aides sociales ou les événements internes. Environ 60 % des répondants affirment que ces actions renforcent leur motivation au travail, ce qui confirme l'hypothèse selon laquelle une perception favorable de la RSE peut améliorer l'engagement des employés. Cependant, 40 % des participants expriment des réserves quant à la régularité ou à la sincérité de ces actions, soulignant une perception parfois floue ou critique des motivations réelles de l'entreprise. Cela confirme également l'hypothèse selon laquelle certains salariés perçoivent l'engagement social comme principalement stratégique ou destiné à soigner l'image de l'entreprise.

Malgré la richesse des informations recueillies, cette recherche présente certaines limites. Tout d'abord, l'échantillon est restreint à 30 cadres, ce qui ne reflète pas l'ensemble des catégories socioprofessionnelles de l'entreprise. Ensuite, l'étude a été limitée au site de CEVITAL à Béjaïa, ce qui empêche une généralisation des résultats à l'échelle du groupe. Par ailleurs, la perception étant une notion subjective, les réponses peuvent être influencées par des biais personnels ou contextuels.

Enfin, cette recherche ouvre plusieurs pistes pour de futures études. Il serait pertinent d'étendre l'enquête à un échantillon plus large et plus diversifié, en incluant les agents de production, les techniciens et les employés administratifs. Une analyse comparative entre plusieurs filiales de CEVITAL ou entre différentes entreprises du secteur privé algérien permettrait également d'évaluer l'impact de la culture d'entreprise sur la perception de la RSE. De plus, des recherches longitudinales pourraient suivre l'évolution des perceptions en fonction

Conclusion générale

des changements stratégiques ou organisationnels. En somme, cette étude met en lumière le rôle central de l'engagement social dans la dynamique du travail, tout en soulignant l'importance d'une démarche sincère, partagée et Co-construite pour en maximiser les effets.

Bibliographie

Bibliographie

Articles

- Aziz, T. (2019). « L'impact de la formation continue sur l'implication organisationnelle dans le contexte marocain ». *Revue académique*, Vol. 28, No. 1, pp. 168–190.
- Carroll, A. B. (1979). “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505.
- Carroll, A. B. (1991). “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders”. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.
- Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). “ESG and Financial Performance: Aggregated Evidence from More Than 2000 Empirical Studies”. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 5(4), 210–233.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). “An Integrative Model of Organizational Trust”. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). “A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment”. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89.
- MOUSSA, A., & KHEMNOU, D. (2022). « La responsabilité sociale des entreprises : un marketing de confiance ». *Revue des sciences de l'homme et de la société*, Vol. 11, N° 04, p. 684.
- Organ, D. W. (1988). *Organizational Citizenship Behavior: The Good Soldier Syndrome*. Lexington Books.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). “Creating Shared Value”. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
- Rawlins, B. R. (2008). “Measuring the Relationship Between Organizational Transparency and Employee Trust”. *Public Relations Journal*, 2(2), 1–21.
- Suchman, M. C. (1995). “Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches”. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610.

Ouvrages

- Argenti, P. A. (2007). *Corporate Communication* (4e éd.). McGraw-Hill Education, New York.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Harper & Brothers, New York.
- Carroll, A. B., & Brown, J. A. (2018). *Corporate Social Responsibility: A Review of Current Concepts, Research, and Issues*. *Business & Society*, 59(7), 1211–1225.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. Springer.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing, Oxford.
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford University Press.
- Gond, J.-P., Igalens, J., & Swaen, V. (2021). *La responsabilité sociale des entreprises : Enjeux stratégiques et managériaux* (4e éd.). Vuibert, Paris.
- IGALENS, J., & MICHEL, J. (2001). *La responsabilité sociale de l'entreprise*. Éditions d'organisation, Paris.
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Wiley.

- Locke, E. A. (1976). "The Nature and Causes of Job Satisfaction". In M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (pp. 1297–1349). Rand McNally, Chicago.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Comportement organisationnel* (15e éd.). Pearson.
- Rousseau, D. M. (1995). *Psychological Contracts in Organizations: Understanding Written and Unwritten Agreements*. Sage Publications.
- Sinek, S. (2009). *Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action*. Portfolio.
- Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in Organizations*. Sage Publications.

Mémoires / Travaux universitaires

- Boutrid, S., & Mousli, L. (2018). *La responsabilité sociale d'entreprise et la gestion des ressources humaines : cas de SPA CEVITAL*. Mémoire de Master, Université Abderrahmane Mira de Béjaïa.

Sites Internet

- https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/fr/PUB100258_fr.pdf (consulté le 10/05/2025)
- <https://www.label-emplitude.fr/articles/85841/piliers-rse> (consulté le 08/05/2025 à 14:22)
- https://www.researchgate.net/publication/4883660_The_Pyramid_of_Corporate_Social_Responsibility_Toward_the_Moral_Management_of_Organizational_Stakeholders (consulté le 10/05/2025)

Annexes



Questionnaire

La perception des salariés de l'engagement social de l'entreprise Cas de l'entreprise CEVITAL

Dans le cadre de la réalisation d'un travail de recherche universitaire pour l'obtention du diplôme de fin d'études, nous envisageons de mener un stage pratique sur **la perception des salariés de l'engagement social de l'entreprise**, Cas de l'entreprise CEVITAL. À travers ce travail, nous espérons évaluer comment les salariés perçoivent les actions de l'entreprise en matière de responsabilité sociale et leur impact sur le bien-être et la motivation des employés. Pour nous aider à atteindre cet objectif, nous vous sollicitons de prendre le soin de répondre à ce questionnaire. Ainsi, nous vous rassurons que toutes les informations seront confidentielles et ne seront exploitées qu'à des fins exclusivement scientifiques et académiques.

Nous vous remercions par avance

AXE 1 : Les données personnelles :

1. Sexe : Masculin Féminin

2. Age :

De 20 à 30 ans De 31 à 40 ans De 41 à 50 ans De 51 à 60 ans

3. Quelle est votre catégorie socioprofessionnelle ?

Cadre Maîtrise Exécution

4. L'expérience professionnelle :

De 1 à 3 ans De 4 à 6 ans

De 7 à 10 ans Plus de 10 ans

AXE 2 : Les pratiques sociales :

5. Avez-vous connaissance des actions sociales menées par votre entreprise?

Oui Non Pas sur(e) Pas de réponse



6• Quelles actions sociales avez-vous observées dans l'entreprise ?

Programmes santé /bien être pour les salariés Primes et avantages financiers

Soutien à l'éducation ou la formation pour enfants Crèches ou services

Autres (précisez).....

7• Selon vous la politique sociale de ce vital est elle bien structurée (formalisée /officielle) ?

Oui Non Je ne sais pas

8• A quelle fréquence l'entreprise mène-t-elle ce type s'actions ?

Régulièrement

Occasionnellement

De temps en temps

Rarement

Autres (expliquez)
.....

9• Les pratiques sociales mises en place répondent-elles aux besoins des employés?

Oui Non Partiellement Je ne sais pas

10• par quels moyens entendez-vous parler des actions sociales de l'entreprise ?

Intranet

Réunions internes

Emails/Newsletters

Affichage

Bouche-à-oreille

Autres



AX 3 : La perception de l'engagement social de l'entreprise ?

11 • Quels types des pratiques sociales considérez-vous comme les plus motivants ?

Rémunération et primes

Equilibre entre vie professionnelle et vie personnelle

Opportunité de formation et de développement

Soutien social et bien-être des employés

Autres (précisez)

.....

12• L'engagement social de votre entreprise est-il selon vous :

Sincère et engagé

Principalement stratégique (pour son image)

Superficiel

Je ne sais pas

13• Veuillez indiquer si vous êtes d'accord avec chacune des affirmations

suivantes en répondant par vrai ou faux :

•L'entreprise est socialement responsable

•L'engagement social renforce mon image positive de l'entreprise

•L'engagement social renforce ma motivation au travail

•Les actions sociales de l'entreprise sont en cohérence avec ses valeurs



14• Quels domaines d'engagement social devraient selon vous être renforcés (classez par ordre de priorité) ?

- Environnement
- Santé et bien-être des salariés
- Education et formation
- Conditions de travail
- Soutien aux communautés locales

15• Avez-vous des suggestions pour améliorer l'engagement social de l'entreprise ?

.....
.....

16• Pouvez-vous citer des exemples d'actions sociales que vous aurez particulièrement appréciées ou critiquées ?

.....
.....
.....



1^{er} trimestre



1

Rapport trimestriel RSE 2025





Introduction :

2

Avant d'aborder les spécificités de l'année 2025, rappelons que les politiques RSE reposent sur **quatre piliers fondamentaux**. La Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) englobe un large éventail d'enjeux qui touchent à la manière dont une entreprise interagit avec ses parties prenantes, y compris ses employés, ses clients, la société dans son ensemble, ainsi que l'environnement. Les principaux enjeux RSE des entreprises sont les **enjeux économiques, sociaux, environnementaux et de gouvernance**.

Durant l'année 2024, une série d'actions ont été enregistrées dans les piliers déjà cités, ces dernières ont été exposées d'une manière très détaillées dans le rapport annuel RSE 2024.

Cette année et à travers ce modeste rapport nous allons mettre l'accent sur les actions à réaliser avec élaboration d'un devis quantitatif et estimatif de l'action avant même son lancement.

Par ailleurs, malgré la divergence des priorités en RSE en 2025 d'une entreprise à une autre, nous allons prioriser les actions à réaliser tout en mettant en amont les enjeux et les attentes de nos parties prenantes internes et externes.



Actions proposées pour le 1^{er} trimestre 2025

Intitulé de l'action	Description de l'action	Date	Impact	Moyens	Organisation
Solution pour les badges hors usage (respect de la loi 18-07).	Procéder à la destruction des badges abandonnés suite à une démission, promotion, changement de poste, détérioration, notamment avec la loi 18-07.....	31/01/25	-Protection des données à caractère personnel (photo, nom et prénom...) -Valorisation des déchets.	-Achat d'un seul destructeur spécial cartes magnétiques <u>Prix 4 000 euro</u>	Diffusion de note d'information Mise en place d'une procédure à ce sujet Ouverture d'un registre pour retracer les badges détruits,
Prévoir des affiches de sensibilisation dans les sanitaires hommes & femmes.		28/02/25	-Préserver la propreté des lieux -Préserver l'hygiène et santé de nos employés.	-Prendre attache avec le prestataire (facture proforma unitaire) -Inventaire du besoin, -Prestataire pour la pose des affiches sur les murs.	Contacteur les achats (demander un devis/faire valider avec la HSE/DG et procéder à la commande et mise en place,



Intitulé de l'action	Description de l'action	Date	Impact	Moyens	Organisation
Priorisez l'ergonomie	Fournissez des chaises confortables, des tables réglables et des équipements ergonomiques, comme un clavier et une souris. Des éclairages appropriés et des écrans à la hauteur des yeux peuvent également réduire la fatigue.	31/12/25	<ul style="list-style-type: none"> -Assurer le plaisir au travail de nos salariés. -Améliorer les conditions de travail de nos salariés et augmenter la productivité. 	<ul style="list-style-type: none"> -Faire un état des lieux, en associant le médecin de travail, -Lister les insuffisances. 	<ul style="list-style-type: none"> -Prévoir les critères d'achat en associant la RSE dans les cahier des charges (normes, qualité, durée de vie....)
Organisation d'un spectacle pour enfants.		01/06/25	<ul style="list-style-type: none"> -Célébrez la Journée internationale de l'enfant, vivre un moment convivial avec les enfants de nos salariés, partager les valeurs de l'entreprise. 	<ul style="list-style-type: none"> -Prendre attache avec un animateur (enfant) -Prévoir une salle -Prévoir des friandises (boissons, bonbons....). 	<ul style="list-style-type: none"> -Informez nos salariés -Recenser le nombre des intéressés, -Prévoir le nécessaire,



Intitulé de l'action	Description de l'action	Date	Impact	Moyens	Organisation
Remplacement des interrupteurs par des détecteurs de mouvements.	Installation des détecteurs de mouvement et changement des interrupteurs des locaux.	31/12/25	-Réduire notre consommation électrique.	-Prévoir une étude, sur le besoin et la faisabilité de cette action.	Prendre attache avec la direction énergie pour nous revenir avec l'estimation de cette action,
Remplacement des robinets classiques par des robinets détecteurs de mouvement dans les sanitaires hommes & femmes.	Remplacement des robinets standards aux niveaux des sanitaires, salles d'eau...	31/12/25	-Réduire notre consommation d'eau, Halte au gaspillage.	-Prévoir une étude sur le besoin et la faisabilité de cette action.	Prendre attache avec la direction énergie pour nous revenir avec l'estimation de cette action.



Intitulé de l'action	Description de l'action	Date	Impact	Moyens	Organisation
<p>Organisation d'un concours intitulé « l'unité la plus engagée en matière RSE ».</p>	<p>Mettre en place des critères pour mesurer la maturité des unités en termes de la RSE.</p>	<p>Semestriel</p>	<p>-Encourager l'adhésion et la sensibilisation de cette démarche -Afficher les résultats, récompenser les participants,</p>	<p>-Mettre en place une commission (établir un rapport /unité des actions réalisées)..</p>	<p>-Faire ressortir l'unité la plus engagée, -Communiquer le résultat par une note d'information,</p>
<p>Organisation d'un team building RSE.</p>	<p>Renforcer la cohésion d'équipe en collaboration avec une association engagée pour la protection de l'environnement.</p>	<p>Semestriel</p>	<p>-Outil de sensibilisation, formation et d'engagement de nos salariés à la RSE.</p>	<p>-Moyens logistique : bus -Contact avec une association locale -Prévoir pauses, restauration (sandwich) -Prévoir une fresque RSE (atelier).</p>	<p>-Coordination avec les parties prenantes.</p>



Intitulé de l'action	Description de l'action	Date	Impact	Moyens	Organisation
Aménager un espace dédié ou compost dans le cadre de la démarche « zéro déchets ».	Prévoir un bac de compost, dans un endroit pour la collecte des restes alimentaires ou autres déchets organiques.	31/01/25	-Contribuer dans la préservation de l'environnement, cette action pourra être utilisée dans des espaces verts de la société « jardin d'entreprise ».	-Collaborer avec la direction environnement, -Faire une étude.	-Planifier une séance de travail avec les parties prenantes (responsable de la cantine, HSE).
Opération de nettoyage	Organisation d'une opération de nettoyage « par exemple place guidon » à la ville de Bejaia vu le nombre de gens important,	31/01/25	-Participer dans des opérations du bénévolat (développement de la ville.	-Humains ; faire participer nos salariés -Collaboration avec un prestataire -Gants, sacs poubelle un camion d'arrosage.... -Moyens logistiques (bus, restauration).	-Prendre attache avec les parties prenantes (HSE, MGX).



Intitulé de l'action	Description de l'action	Date	Impact	Moyens	Organisation
Opération de nettoyage de la plage.	Organisation d'une action de nettoyage de déchets sur la plage (les aiguâtes) par exemple.	30/04/25	-Contribuer dans les actions visant la protection de l'environnement, la biodiversité... en préparation de la période estivale 2025.	-Contribution des salariés -Faire participer un prestataire de nettoyage -Gants, gilets, sacs de poubelle, un camion pour ramasser les déchets à la fin de l'opération -Moyens logistiques (bus, restauration).	-Séance de travail avec les parties prenantes (HSE, MGX, prestataire de nettoyage) défini les besoin,

Actions lancées par l'entreprise

Aménagement et extension du local de l'incinérateur clinique TARGUA OUZEMOUR

9

<i>Prestations à réaliser</i>	<i>Montant HT</i>
Génie Civil	2 685 000.00DA
Portail Métallique	312 000.00DA
Etanchéité	191 860,00DA
Peinture et revêtement en résine	189 000,00DA
Budget Global	3 188 860,00 DA





10

Prestations à réaliser	Budget initial	Budget actuel	Gain
<i>Etudes</i>	100 000 DA	0,00 DA	100 000 DA
<i>Travaux génie civil</i>	2 685 000,00 DA	1 308 750,00 DA	1 376 250 DA
<i>Portail métallique et fenêtres grillagées</i>	312 000,00 DA	0,00 DA	312 000 DA
<i>Etanchéité</i>	191 860,00 DA	157 400,00 DA	34 460 DA
<i>Peinture et revêtement en résine</i>	189 000,00 DA	396 000,00 DA	- 207 000 DA
Total	3 477 860,00 DA	1 862 150,00 DA	1 615 710 DA



Avancement chantier et planning : Après le choix final du terrain ci-dessous l'avancement des réalisations.

11

Taches	DDD	DDF	Avct	Commentaires
Préparation chantier et sensibilisation du personnel	02/02/2025	02/02/2025	100%	Réunion sur site avec le responsable prestataire, notre HSE et les responsables du site sur l'évaluation des risques et les mesures de sécurité à prendre.
Travaux de terrassement, fouilles et évacuation des déblais	05/02/2025	12/02/2025	100%	Contrainte chantier : - Passage des câbles électriques souterrain. + intempérie - Arrêt des travaux , déviation des câbles puis reprise des travaux.
Réalisation des Fondations, Longrine (30 x 40)	07/02/2025	24/02/2025	65%	Travaux en cours
Dallage plateforme	25/02/2025	27/02/2025	0%	
Dallage , Agencement et la remise en état de l'entrée du local.	28/02/2025	29/02/2025	0%	
Poteaux et dallage du toit	02/03/2025	05/03/2025	0%	
Attente reprise du béton	06/03/2025	22/03/2025	0%	
Décoffrage des alentours de la dalle	09/03/2025	09/03/2025	0%	
Lancement des travaux d'étanchéité	10/03/2025	13/03/2025	0%	



Décoffrage de la dalle	23/03/2025	23/03/2025	0%	
lancement des travaux de briquetage et crépissage	24/03/2025	31/03/2025	0%	
Pose du portail et fenêtres	01/04/2025	02/04/2025	0%	
Lancement travaux de revêtement du sol et peinture	03/04/2025	06/04/2025	0%	
Pose du Panneau	07/04/2025	07/04/2025	0%	
Livraison du projet	08/04/2025	08/04/2025	0%	



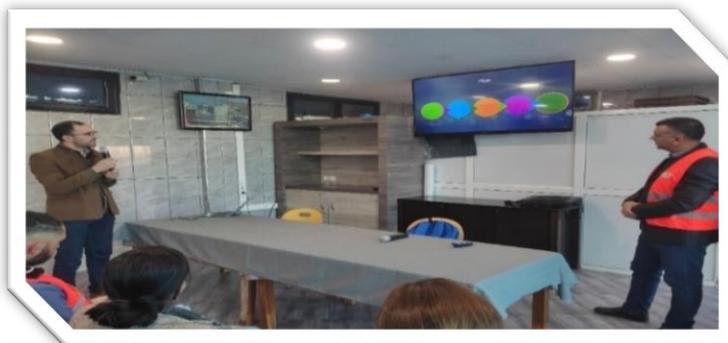


- ✓ **Organisation d'une journée de porte ouverte par Société Générale Algérie, le 14/01/2025. Note d'information n°03/2025 du 08/01/2025 (00 charges : le chapiteau est un actif de Cevital), vu les mauvaises conditions climatiques (intempéries), l'équipe SGA a quitté les lieux vers 10h00.**
- ✓ **Programmation d'une journée de porte ouverte par BNP Paribas, le 02 et 03/02/2025. Note d'information n°06/2025 du 22/01/2025 (00 charges : le chapiteau est un actif de Cevital).**
- ✓ **Organisation d'une journée de porte ouverte par Société Générale Algérie, le 10/02/2025. Note d'information n°08/2025 du 04/02/2025 (00 charges : le chapiteau est un actif de Cevital),**
- ✓ **Attribution don produits Cevital aux salariés à l'occasion du mois de Ramadhan le 19/02/2025, dont la composante est : 02 bidons huiles 5 litres, 02 Smen 500G, 02 Margarine Fleurial 250 Gr active, 02 Mayonnaise ail & fine herbes 395gr, 02 vinaigrettes, 03 kilos de sucre ;**



- ✓ Attribution d'un montant de : **5 000da/femme** soit **164 femmes** à l'occasion de la journée internationale de la femme le 08/03/2025 par le comité de participation.
- ✓ Attribution d'un montant de : **7 000da/femme** soit **164 femmes** à l'occasion de la journée internationale de la femme le 08/03/2025 par l'entreprise Note d'information n°12/2025 du 06/03/2025.

- ✓ Organisation d'une journée de sensibilisation « **Diabète et le Ramadhan** » le 03/03/2025 au niveau de la cantine, cet évènement a été réalisé en collaboration avec **CHU de Bejaia**.



Conseils diététiques pendant Ramadan

Répartir les apports caloriques quotidiens entre Ffour et Shour avec 1 ou 2 collations si nécessaire.
+ Exemple : Prendre une soupe et des protéines au Ffour, une collation de fruits secs en soirée, et un yaourt au Shour.

Jour	Ffour	Collation	Shour
Jour 1	Chorba, salade, pain complet, poulet grillé	Yaourt nature avec fruits secs	Lait, pain complet, fromage, dattes
Jour 2	Masala (la viande légumes, pâtes) complet	Amandes, 1 gobelet de jus de fruits	Chef, fromage, pain complet, infusion
Jour 3	Soupe de lentilles, poisson grillé, légumes vapeur	Une poignée de noix et une banane	Lait, pain complet, beurre d'arachide, dattes
Jour 4	Bouillon de légumes, viande blanche, riz complet	Yaourt nature et graines de chia	Fromage blanc, pain complet, infusion



- ✓ **Organisation spectacles pour enfants à compter du 06/03/2025 au 22/03/2025 fractionné en deux spectacles par soirée de (20 :00 à 22 :00) et de (22 :00 à 00 :00) au niveau hôtels (CHREA, LAC, GOLDEN H)**



- ✓ **Communication du résultat du concours relatif à « l'Audit Maturité en Excellence Opérationnelle S2 2024 deuxième semestre », note d'information n° DRH/N°13/2025 du 09/03/2025.**
- ✓ **Renouvellement du contrat d'assurance groupe mutuelle « Algérienne vie » à compter du 01/01/2025 avec les mêmes avantages et prestations. N°DRH/14/2025 du 10/03/2025.**



Actions lancées par le comité de participation au profit des employés

16

- ✓ **Signature** des conventions d'achat pour les articles électroménager et meubles auprès de : **SARL ELECTRONIC COMPANY-ETS AMOKRANE-OPERA MEUBLE-SPA- MAROUA SHOPPING** par le comité de participation, N° D'information n°03/INF/2025 du 06/02/2025 à compter du 11/02/2025.
- ✓ **Rajout** d'une convention d'achat avec **GECO Meuble**, mail transmis le 06/03/2025.
- ✓ **Attribution** dons produits Cevital pour les retraités et familles des salariés décédés à partir du 25/02/2025, soit pour **334 bénéficiaires**.
- ✓ **Attribution** d'une prime de : **4 000da/salarié** à l'occasion de la fête Aid El fitre, soit pour **3724** et un montant total de : **14 896 000,00DA**, note d'information CP **Réf/05/INF/2025** du 25/03/2025.



Budget des actions RSE 1^{er} trimestre

17

Action RSE	Budget
Aménagement et extension du local de l'incinérateur clinique TARGUA OUZEMOUR	1 403 230,00
Organisation d'une journée de porte ouverte par Société Générale Algérie, le 14/01/2025	-
Programmation d'une journée de porte ouverte par BNP Paribas, le 02 et 03/02/2025	-
Organisation d'une journée de porte ouverte par Société Générale Algérie, le 10/02/2025.	-
Attribution don produits Cevital aux salariés, association, relations extérieures à l'occasion du mois de Ramadhan le 19/02/2025	349 521 000,00
Attribution d'un montant de 5 000da/femme soit 164 femmes à l'occasion de la journée internationale de la femme le 08/03/2025	820 000,00
Attribution d'un montant de 7000da/femme soit 164 femmes à l'occasion de la journée internationale de la femme le 08/03/2025	1 148 000,00
Organisation d'une journée de sensibilisation « Diabète et le Ramadhan » le 03/03/2025	-
Organisation spectacles pour enfants à compter du 06/03/2025 au 22/03/2025	337 725,00
Facilité de paiement pour achat produits électroménagers et meubles	76 118 893,00
Attribution d'une prime de: 4 000da/salarié à l'occasion de la fête Aid El fitre	14 896 000,00
Total	444 244 848,00



Budget des actions RSE 1er TRIMESTRE 2025

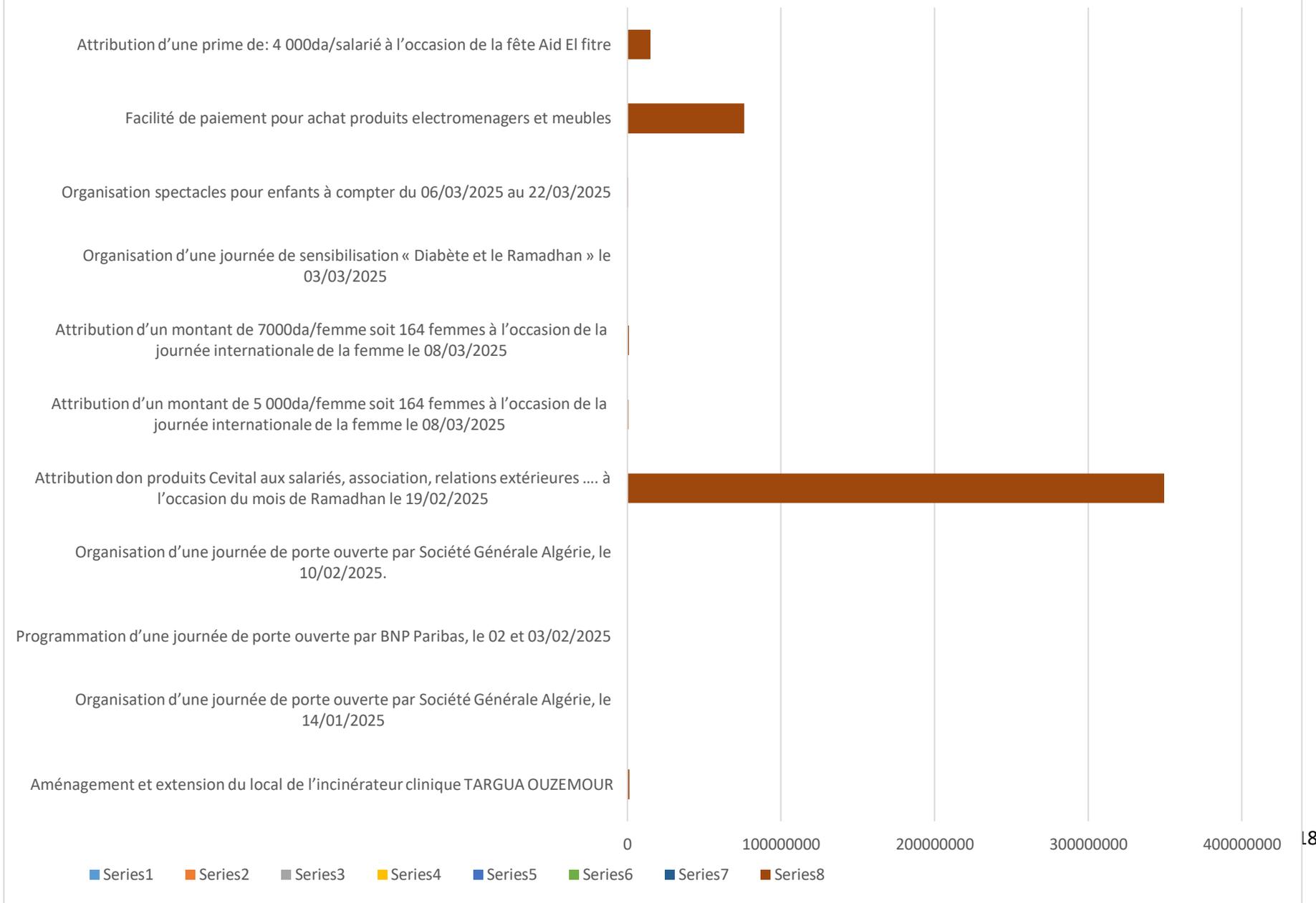


Table des matières

Table des matières

Remerciements

Dédicaces

Liste des abréviations

Liste des figures

Sommaire

Introduction générale..... 1

CHAPITRE I : La responsabilité sociétale des entreprises

Introduction 4

Section1 : présentation de la RSE et ses enjeux 4

I. Définition de la RSE 4

II- Les piliers de la RSE 6

II.1. Le pilier économique (Porter et Kramer 2011) 6

II.2. Le pilier social (Freeman 1984) 6

II.3. Le pilier environnemental (Elkington 1997) 6

III. Les enjeux de la RSE pour l'entreprise 7

III.1. Les enjeux économiques 7

III.2. Les enjeux sociaux 8

III.3. Les enjeux environnementaux 8

III.4. Les enjeux éthiques 8

Section 2 : L'engagement social de l'entreprise 9

I. Définition 9

II. Légitimité..... 10

Section 3 : La perception des salariés de l'engagement et les facteurs d'influence 11

I. La perception des salariés 11

II. Les facteurs influençant la perception 12

II.1. La communication interne 12

II.2. La transparence 12

II.3. La cohérence entre discours et actions 13

II.4. La dissonance entre discours et réalité 13

III. Impacts de la perception..... 13

III.1. L'engagement organisationnel 13

III.2. La motivation (Théorie de l'autodétermination) 14

III.3. La satisfaction au travail 14

III.4. La confiance organisationnelle	14
III.5. Le comportements extra-rôle (citoyenneté organisationnelle).....	14
Conclusion.....	14

Chapitre II : Les pratiques sociales au sien de l’entreprise CEVITAL

Introduction	16
Section 01 : Présentation groupe CEVITAL	16
I. Présentation du groupe CEVITAL.....	16
II. Positionnement géographique.....	16
III. Les activités de groupe CEVITAL.....	17
IV. Les produits de CEVITAL	18
IV.1. Les huiles végétales	18
IV.2. La margarinerie et graisse végétale.....	18
IV.3. Le sucre	19
IV.4. Silos portuaire	19
IV.5. Les boissons	19
V. Les directions de CEVITAL	20
Section 2 : méthodologie de la recherche	21
I. L’objectif de l’enquête	21
II. Présentation de l’étude	21
III. Structure et déroulement de l’enquête par questionnaire.....	21
VI. Structure et déroulement de l’entretien	21
V. Techniques d’analyse des résultats	21
Section 03 : Analyse et interprétation des résultats du questionnaire et d’entretien	22
I. Analyse et interprétation des résultats du questionnaire.....	22
II. Analyse et interprétation des résultats de l’entretien avec la charge de RSE au niveau de l’entreprise agroalimentaire CEVITAL.....	35
III. Discussion générale.....	40
Conclusion	41
Conclusion générale	42

Bibliographie

Annexes

Résumé

Résumé

Ce mémoire étudie la perception des salariés de l'engagement social de l'entreprise CEVITAL Béjaïa. À travers une enquête combinant un questionnaire distribué à des cadres et un entretien avec la responsable RSE, il vise à analyser dans quelle mesure les actions sociales influencent la motivation, la satisfaction et l'implication professionnelle des salariés. Les résultats montrent que la majorité des répondants perçoivent positivement cet engagement, notamment lorsqu'il est concret et régulier (primes, mutuelle, actions sociales internes). Toutefois, certains salariés expriment des doutes quant à la sincérité ou à la régularité des actions, ce qui affecte leur engagement. L'étude met ainsi en lumière l'importance d'une communication transparente, d'une cohérence entre discours et pratiques, et d'une adaptation aux besoins réels des employés. Elle conclut que la perception de l'engagement social est un levier essentiel de performance organisationnelle.

Mot-clé : Perception des salariés, entreprise, CEVITAL, bejaia.

Abstract

This thesis examines employees' perception of corporate social engagement within the company CEVITAL Béjaïa. Based on fieldwork that combines a questionnaire distributed to managerial staff and an interview with the CSR officer, the study aims to assess how social initiatives impact employee motivation, satisfaction, and involvement. The findings reveal that most participants have a positive view of the company's social efforts, especially when actions are concrete and consistent, such as bonuses, health coverage, and internal social activities. However, some employees express doubts regarding the sincerity or regularity of these initiatives, which can affect their level of commitment. The research highlights the importance of transparent communication, alignment between discourse and practice, and adapting initiatives to the real needs of employees. It concludes that employees' perception of social engagement is a key driver of organizational performance.

Keyword: Employees' perception, company, CEVITAL, bejaia.

الملخص

يدرس هذا البحث إدراك الموظفين للالتزام الاجتماعي لشركة سيفيتال بجاية. ومن خلال دراسة ميدانية جمعت بين استبيان موجه إلى مجموعة من الإطارات ومقابلة مع مسؤولة المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة، يهدف هذا العمل إلى تحليل مدى تأثير المبادرات الاجتماعية على تحفيز الموظفين ورضاهم ومساهماتهم داخل المؤسسة. أظهرت النتائج أن غالبية المشاركين لديهم نظرة إيجابية لهذا الالتزام، خاصة عندما تكون الإجراءات ملموسة ومنتظمة مثل المنح والتغطية الصحية والأنشطة الاجتماعية. ومع ذلك، عبّر بعض الموظفين عن شكوكهم بشأن صدق هذه المبادرات أو انتظامها، مما يؤثر على مستوى التزامهم. يبرز هذا البحث أهمية التواصل الشفاف والتناسق بين الخطاب والممارسات، إضافة إلى ضرورة تكييف الإجراءات مع الاحتياجات الحقيقية للموظفين. ويخلص إلى أن إدراك الموظفين للالتزام الاجتماعي يمثل رافعة أساسية للأداء التنظيمي المستدام.

كلمات مفتاحية: إدراك الموظفين، شركة سيفيتال، بجاية

