



CLASSIQUES
GARNIER

RIVIÈRE-GIORDANO (Géraldine), GIORDANO-SPRING (Sophie), « Comment l'attention médiatique sur les enjeux agroalimentaires oriente-t-elle le reporting sociétal d'entreprise ?. Le cas de Bonduelle », *Systèmes alimentaires / Food Systems*, n° 1, 2016, p. 169-193

DOI : [10.15122/isbn.978-2-406-06863-1.p.0169](https://doi.org/10.15122/isbn.978-2-406-06863-1.p.0169)

La diffusion ou la divulgation de ce document et de son contenu via Internet ou tout autre moyen de communication ne sont pas autorisées hormis dans un cadre privé.

© 2016. Classiques Garnier, Paris.
Reproduction et traduction, même partielles, interdites.
Tous droits réservés pour tous les pays.

RIVIÈRE-GIORDANO (Géraldine), GIORDANO-SPRING (Sophie), « Comment l'attention médiatique sur les enjeux agroalimentaires oriente-t-elle le *reporting* sociétal d'entreprise ?. Le cas de Bonduelle »

RÉSUMÉ – L'objet de cet article est d'examiner l'apport de la théorie du *Media Agenda Setting* à l'étude du *reporting* sociétal d'entreprise. Une monographie de la société Bonduelle est réalisée sur une période de 10 ans. La comparaison des articles de presse, traitant des problématiques sociétales spécifiques du secteur agroalimentaire, avec le *reporting* sociétal de Bonduelle, traduit d'une part leur convergence globale, mais d'autre part des stratégies de communication différenciées.

MOTS-CLÉS – Responsabilité sociale d'entreprise, reporting, communication, industrie des fruits et légumes

RIVIÈRE-GIORDANO (Géraldine), GIORDANO-SPRING (Sophie), « How does media attention on agri-food issues steer corporate social reporting?. The case of Bonduelle »

ABSTRACT – The object of this article is to examine the contribution of media-agenda-setting theory to the study of societal business reporting. A monograph on the company Bonduelle was created over the course of 10 years. Comparison of press articles dealing with specific societal issues in the agrifood sector with the societal reporting by Bonduelle shows their general convergence but also indicates differentiated communication strategies.

KEYWORDS – Corporate social responsibility, reporting, communication, fruit and vegetable industry

COMMENT L'ATTENTION MÉDIATIQUE SUR LES ENJEUX AGROALIMENTAIRES ORIENTE-T-ELLE LE *REPORTING* SOCIÉTAL D'ENTREPRISE ?

Le cas de Bonduelle

Géraldine RIVIÈRE-GIORDANO
et Sophie GIORDANO-SPRING
ISEM, Montpellier

La théorie du *Media Agenda Setting* ou *MAS* (McCombs et Shaw, 1972 ; Zucker, 1978 ; Ader, 1995) postule que l'importance accordée par les médias à un sujet a pour effet de façonner la perception de la société civile sur ce sujet, indépendamment de son importance dans la vie réelle. En conséquence, une forme de pression se diffuse au sein de la société civile, véhiculée par la presse de masse, qui exerce une force qui lui est propre et partiellement indépendante de l'importance réelle des faits relatés. Cette pression s'exerce notamment sur les entreprises, elles-mêmes inscrites dans la société. Dans un tel cadre d'analyse, les entreprises peuvent chercher à se légitimer en produisant un *reporting* sociétal (ou RSE pour responsabilité sociale et environnementale) visant à répondre à cette pression. Le *reporting* sociétal désigne « la publication d'informations sur la manière dont l'entreprise appréhende les impacts économiques, environnementaux et sociaux de ses activités » (Capron et Quairel-Lanoizelée, 2007, p. 100). Ces informations RSE sont en partie obligatoires, mais aussi en grande partie volontaires, rendant la frontière moins claire entre les pratiques de reddition et communication qui visent à créer une image favorable de l'entreprise.

Dans le champ du *reporting* RSE, de nombreux travaux ont montré la pertinence de la théorie de la légitimité pour expliquer les comportements stratégiques des firmes en la matière (notamment Patten, 1991 et 1992 ; Deegan *et al.*, 2002 ; Cho, 2009 ; Chauvey *et al.*, 2014). Certains travaux, peu nombreux à notre connaissance, ont conjointement mobilisé la théorie du MAS pour affiner l'étude de l'influence des médias de masse sur l'attention de l'opinion publique et, par répercussion, sur les publications d'entreprise (notamment Brown et Deegan, 1998 ; Déjean et Oxibar, 2010 ; Eljido-Ten, 2011). De manière générale dans ces travaux, l'examen porte sur la présence ou l'absence de co-occurrences des thématiques sélectionnées dans les publications des firmes en comparaison à une presse cible. L'effort de *reporting* sociétal d'une firme est ainsi rapproché du degré de couverture médiatique des sujets étudiés. Cet examen de co-occurrences, devant par nature appeler à un dénombrement dans chacun des supports de diffusion (entreprises *vs.* presse), répond à la recherche d'une contingence de premier ordre (la mise à l'agenda d'un sujet par la presse est comparé avec les sujets communiqués par une entreprise).

En complément de cette contingence de premier ordre, nous proposons d'approfondir l'apport de la théorie du MAS à l'étude de la publication sociétale d'entreprise en examinant une contingence de second ordre. En particulier, dès lors que les thématiques RSE sont significativement présentes dans les deux supports, nous examinons la manière dont l'entreprise traite de ces thématiques comparativement à son traitement par la presse. Pour conduire cette étude, le secteur agroalimentaire a été sélectionné en raison de la singularité de ses problématiques sociétales, associées aux critiques croissantes du modèle agroindustriel, qui se caractérisent notamment par une recrudescence de maladies liées à l'alimentation, par une rentabilité paradoxale de l'industrie des corps gras, par le développement d'une industrie d'assemblage d'ingrédients qui entraîne des « *food miles* » déraisonnables, mais aussi par des actions de promotion marketing qui uniformisent le modèle de consommation à l'inverse des préconisations des nutritionnistes (Rastoin, 2006). De plus, il satisfait selon nous à deux critères : d'une part, il est suffisamment essentiel à la vie humaine pour constituer un sujet d'attention de la société dans son ensemble ; d'autre part, les problématiques environnementales, de sécurité alimentaire ou de santé relèvent de domaines d'expertise

qui sont principalement accessibles à l'opinion publique par la voie des médias, plus que par l'expérience directe (Ader, 1995, p. 301).

La question empirique vise à étudier comment le traitement spécifique des thématiques RSE par la presse influe le *reporting* sociétal de Bonduelle, sur une période de 10 ans et dans une quête de légitimité. Notre recherche contribue à l'étude des stratégies de diffusion sociétale des firmes, en focalisant sur un type de pression institutionnelle, celle de l'écho donné par la presse aux sujets sociétaux.

La suite de l'article est organisée en quatre sections. La première section présente la théorie du MAS et son apport à la question de recherche. La seconde section expose le procédé de collecte des données relatives aux discours RSE portés par Bonduelle et par la presse française, ainsi que la méthode de l'étude de contenu. La troisième section développe les résultats empiriques sur une décennie. Ils mettent tout d'abord en évidence une convergence globale entre les deux supports, si l'on considère l'effort fourni en nombre de thématiques RSE abordées, convergence qu'il convient par la suite de nuancer sur la base d'une étude plus approfondie du contenu des discours véhiculés par chacun des supports. Ces résultats sont enfin discutés au regard de la littérature antérieure dans une quatrième section.

1. LE CADRE DE L'ÉTUDE

L'apport de la théorie du Media Agenda Setting à l'étude du *reporting* sociétal

La théorie du *Media Agenda Setting* ou MAS (McCombs et Shaw, 1972 ; Zucker, 1978 ; Ader, 1995) développe l'idée que l'attention médiatique portée à une thématique a pour effet de façonner la perception de la société civile sur ce sujet. À l'origine centrée sur l'intérêt des médias pour orienter le vote politique, la théorie du MAS postule que la presse, si elle ne dicte pas ce que doit penser l'opinion, lui dicte ce à quoi elle doit penser (McCombs et Shaw, 1972). C'est cette fonction de « mise à l'agenda » de sujets par la presse qui nécessite d'être précisément étudiée. Ader (1995) réalise, par exemple, une étude du thème de la pollution sur

la période 1970-1990 traité par le *New York Times* ainsi que des faits relatifs à la pollution réelle et effectuée ensuite un sondage d'opinion sur le thème, pour démontrer une influence spécifique des médias sur l'opinion publique. Elle montre ainsi que l'opinion ne réagit pas à l'importance du sujet dans la vie réelle, mais en fonction de la couverture qui lui est accordée dans la presse en tenant compte d'un délai de quelques mois. Selon Zucker (1978), une telle influence est d'autant plus forte que le sujet est sans relation directe avec les individus. La presse constitue dans ce cas leur source d'information principale. Les sujets liés à l'environnement ont généralement cette propriété.

Dans cette veine, des études antérieures ont cherché à expliquer la diffusion volontaire d'informations sociétales à l'aide de la théorie du MAS dans d'autres secteurs d'activité que l'agroalimentaire. Brown et Deegan (1998) montrent ainsi, sur la base d'une étude multi-sectorielle, qu'il existe un accroissement significatif de l'information sociétale de la part des entreprises de l'échantillon, aux mêmes dates que surviennent des pics d'attention médiatique sur ces sujets, dans la période 1981-1994. Deegan *et al.* (2002) réalisent la monographie d'une compagnie pétrolière sur la période 1983-1997. Ils identifient des corrélations positives entre les thèmes développés dans les médias et l'information sociétale divulguée par cette entreprise tout au long de la période. Enfin, Déjean et Oxibar (2010) procèdent également à une étude monographique de Péchiney sur la période 1971-2001. Ils concluent à une proximité, par grandes thématiques, de la divulgation sociétale volontaire de cette entreprise, avec les articles présents à la une du quotidien « *Le Monde* » sur la période. Ces différentes études concluent ainsi à une influence de l'attention médiatique sur la diffusion d'informations sociétales volontaires à des degrés divers.

Au-delà de cette contingence de premier niveau (traduisant un lien direct entre l'importance d'un sujet dans la presse et son importance aux yeux de l'opinion), certains travaux dans le champ du journalisme et du *reporting* envisagent des liens de second niveau qui peuvent être explorés. Ainsi, à partir d'une étude expérimentale, Chernov *et al.* (2011) suggèrent que certains individus s'intéressent aux médias uniquement pour détecter des changements significatifs de la société (contingence de 1^{er} niveau) alors que d'autres sont à la recherche d'une orientation dans leur jugement, en fonction du degré d'information sur le sujet (contingence de 2^d niveau). Par analogie, notre recherche interroge la pertinence du

cadre théorique du MAS à un niveau plus détaillé que celle des grandes thématiques, il s'agit d'examiner une contingence de second niveau de la théorie du MAS. Comment le traitement spécifique des thématiques RSE par la presse influe-t-il le *reporting* sociétal d'entreprise ?

Dans un tel cadre d'analyse, le nombre d'articles de presse consacrés à des thématiques sociétales spécifiques au domaine de la production agroalimentaire¹ constitue un levier pour éveiller et façonner les consciences dans la société civile à une époque donnée (Deegan *et al.*, 2002). Par voie de conséquence, cette concentration des médias sur certaines dimensions de la RSE agroalimentaire produit une pression s'exerçant sur les organisations concernées. Les managers peuvent choisir d'y faire face en émettant des informations volontaires, dans le but de maintenir leur légitimité en tant qu'acteur économique sur leur marché (Lindblom, 1994 ; Suchman, 1995). Au-delà de la nécessité de se conformer à la Loi NRE depuis 2001, la croissance significative des publications RSE de type volontaire, ainsi que l'absence de contrainte pénale associée à cette loi, autorise à mobiliser le cadre de la théorie de la légitimité (Chauvey *et al.*, 2014). Y compris dans un cadre réglementé, les firmes développent des stratégies de communication sociétale. Il importe alors de se questionner sur le contenu, les spécificités et l'évolution de l'information sociétale volontaire qui accompagne l'information réglementée.

2. MÉTHODE DE RECHERCHE

Cette section expose les modes de collecte des données devant permettre d'effectuer une comparaison thématique entre la presse et le *reporting* sociétal de Bonduelle. Cette double collecte repose en particulier sur l'élaboration d'une grille d'analyse spécifique au secteur agroalimentaire.

2.1. GRILLE D'ANALYSE DES INFORMATIONS SOCIÉTALES VOLONTAIRES DANS LE SECTEUR AGROALIMENTAIRE

Différents articles cités *supra* utilisent des grilles de codage provenant d'une catégorisation originelle d'Ernst et Ernst (1978). À la différence de

1 Par exemple, sur l'utilisation massive de pesticides ou herbicides dans l'agriculture.

ces articles, nous développons une grille d'analyse originale et adaptée à l'étude du *reporting* sociétal dans le secteur agroalimentaire (Guthrie et Parker, 1989 ; Gray *et al.*, 1995 ; Oxibar, 2003 ; Parker, 2005 ; Guthrie et Abeysekera, 2006). Outre les indicateurs sociaux et environnementaux requis par la Loi NRE, cette grille recense également des items volontaires, représentatifs des problématiques agroalimentaires. Ces derniers sont déterminés, d'une part, en référence au modèle de Maloni et Brown (2006) et, d'autre part, au supplément sectoriel agroalimentaire de la GRI² G3. Maloni et Brown (2006) avancent que les enjeux sociétaux de la *supply chain* agroalimentaire se classent en huit catégories, à savoir le bien-être animal, l'environnement, la communauté, les biotechnologies, le commerce équitable, la santé et la sécurité³, le travail et les droits de l'homme⁴ et enfin l'approvisionnement. Cette première liste d'indicateurs spécifiques au secteur agroalimentaire a ensuite été affinée par confrontation au supplément sectoriel agroalimentaire de la GRI G3. La grille d'analyse de contenu ainsi obtenue est composée de 73 items, dont 38 doivent être renseignés en application du décret relatif à la Loi NRE, les 35 autres traduisant la singularité du *reporting* sociétal des entreprises agroalimentaires. Une présentation synthétique de la grille figure en annexe.

2.2. MESURE QUANTITATIVE DE L'ATTENTION MÉDIATIQUE ET DU *REPORTING* SOCIÉTAL

À l'instar de la littérature antérieure (Gray *et al.*, 1995 ; Brown et Deegan, 1998 ; Unerman, 2000 ; Deegan *et al.*, 2002 ; Laine, 2009 ; Damak-Ayadi, 2010), la mesure du *reporting* sociétal de Bonduelle a été effectuée en référence au rapport annuel, considéré comme étant le support informationnel à privilégier compte tenu de sa disponibilité et de son archivage sur l'horizon temporel étudié. Pour chaque rapport annuel, les deux chercheurs ont effectué une lecture compréhensive des sections relatives aux informations sociétales, via le codage de chaque

2 *Global Reporting Initiative*.

3 Catégorie intitulée « responsabilité des produits » dans notre grille d'analyse en référence à la catégorie informationnelle correspondante dans le supplément sectoriel agroalimentaire de la GRI G3.

4 Catégorie intitulée « travail agricole » dans notre grille d'analyse dans la mesure où les indicateurs correspondants décrits par Maloni et Brown se réfèrent aux travailleurs agricoles.

sous-thème de la grille (*cf.* annexe) par (1) lorsqu'une information était donnée, par (0) sinon. La synthèse de ce codage a permis d'identifier les thématiques sociétales plus particulièrement renseignées.

La mesure de l'attention médiatique a été effectuée en référence à la seule presse écrite, par souci de cohérence avec la mesure du *reporting* sociétal. En effet, de la même manière que cette dernière ne tient pas compte des informations communiquées via internet ou supports audiovisuels, l'analyse de la presse en ligne et audiovisuelle a également été écartée. La mesure de l'attention médiatique requiert ainsi l'identification préalable des journaux représentatifs de l'environnement étudié (Brown et Deegan, 1998 ; Dejean et Oxibar, 2010). Dans cette recherche, nous avons eu recours à l'étude de Audipresse (One, 2011), pour identifier les six journaux représentatifs de la presse française et disponibles sur la base de données *Europresse*, à savoir Le Parisien, Aujourd'hui en France, Le Monde, Le Figaro, Libération et Les Échos.

L'attention médiatique a fait l'objet d'une mesure quantitative fondée sur le nombre d'articles de presse dont le titre se réfère aux thèmes de notre grille d'analyse dans ces six journaux. Le nombre total d'articles de presse associés à chaque thème fournit ainsi une mesure annuelle de l'attention médiatique portée à chacun d'entre eux sur la période 2001-2010.

2.3. ANALYSE DE CONTENU DE LA PRESSE ET DU REPORTING SOCIÉTAL

La seconde étape de l'étude empirique a consisté à réaliser une analyse de contenu des articles de presse ainsi que du *reporting* sociétal de Bonduelle, sur les deux périodes présentant une augmentation significative. Plus spécifiquement, cinq thèmes présents conjointement dans les deux supports dans ces deux périodes ont été étudiés. Ces cinq thèmes ont représenté 109 articles de presse en 2003 et 192 en 2007. Notre questionnement a alors porté sur l'orientation des discours relatifs à ces thèmes précis, sur chacun de ces deux supports, afin d'en apprécier la convergence éventuelle. L'orientation des discours de l'entreprise est appréciée par l'étude de contenu thématique (Bardin, 1998) des *verbatim* dans les deux supports, cette méthode étant particulièrement adaptée à l'étude des stratégies de communication (Allard-Poesi *et al.*, 1999).

3. RÉSULTATS EMPIRIQUES

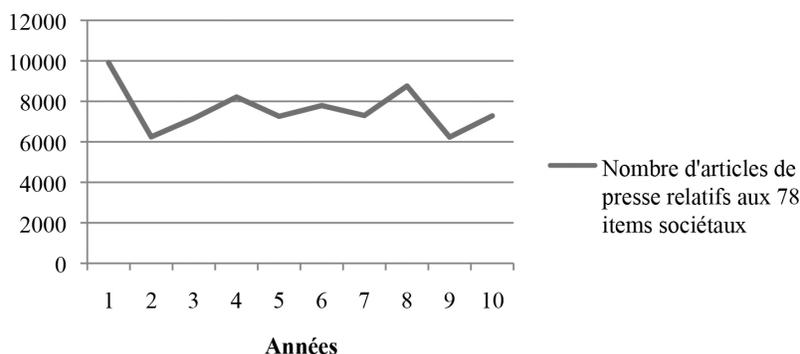
3.1. LA MISE EN ÉVIDENCE DE PICS SIMULTANÉS
ENTRE L'ATTENTION MÉDIA ET LE *REPORTING* SOCIÉTAL

FIG. 1 – Attention média relative à l'ensemble des sujets sociétaux sur la période 2001-2010. Source : Élaboration des auteurs.

Cette courbe d'attention média (fig. 1) donne une indication sur l'évolution de la visibilité offerte par la presse quotidienne aux sujets sociétaux sur la période étudiée. Les pics observés sont représentatifs d'une parution d'un nombre accru d'articles de presse consacrés aux sujets sociétaux dans les six journaux de la base sélectionnée. Deux inflexions significatives à la hausse sont observables pour les périodes 2002-2004 et 2007-2008. Nous présentons en suivant un schéma de nature similaire (fig. 2), mais fondé sur le nombre de thématiques abordées par la société Bonduelle.

Il est à noter que le nombre d'items relevant des informations obligatoires requises par la loi NRE a été exclu du schéma, car ne faisant apparaître aucun pic significatif et comparable à ceux développés par la presse. Cette courbe représente donc graphiquement le nombre de sujets sociétaux, spécifiques du secteur agroalimentaire, abordés par Bonduelle dans chaque rapport annuel analysé. Ainsi, nous observons deux périodes au cours desquelles le *reporting* sociétal dans les deux supports semble suivre une même dynamique ascendante : 2002-2004 puis 2006-2008.

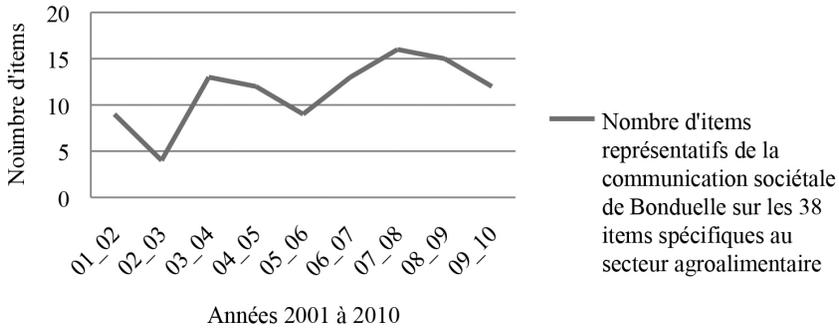


FIG. 2 – *Reporting* sociétal de Bonduelle sur les problématiques agroalimentaires. Source : Élaboration des auteurs.

Partant de ce constat, nous avons cherché à approfondir l'étude du *reporting* sociétal de Bonduelle autour de ces dates dans le rapport annuel, afin d'apprécier son degré de correspondance avec le contenu de la presse sur un plan plus qualitatif. En effet, on peut supposer que le renforcement de l'attention média sur les sujets sociétaux influence la manière dont l'entreprise Bonduelle élabore le contenu de son discours, en tenant compte d'un décalage temporel de quelques mois à l'instar des travaux fondés sur la théorie du MAS.

3.2. ANALYSE COMPARATIVE DES SOUS-THÈMES TRAITÉS DANS LES DEUX SUPPORTS

3.2.1. *Analyse comparative des sous-thèmes*

Dans cette seconde phase de l'étude empirique, nous identifions et comparons les co-occurrences des sous-thèmes au sein des deux supports. Les périodes d'observation retenues pour le *reporting* de Bonduelle sont relatives aux exercices⁵ 2003-2004 et 2007-2008. Les articles de presse ayant été collectés par année civile dans la base Europresse et compte tenu du décalage temporel dans l'effet à considérer (Ader, 1995), nous analysons donc l'attention média sur les années 2003 et 2007 qui précèdent la publication des deux rapports de Bonduelle.

5 Clôture des exercices de Bonduelle au 30 juin.

La figure suivante nécessite des explications préalables. La colonne relative à la presse mentionne le pourcentage que représente chaque thématique, vis-à-vis de l'ensemble des articles de presse consacrés aux problématiques sociétales agroalimentaires. La colonne relative au *reporting* sociétal de Bonduelle indique la présence (1) ou l'absence (0) de la thématique concernée dans le rapport annuel de cette société. Les catégories « eau⁶ », « grève » et « dialogue social », non spécifiques au secteur agroalimentaire, ont été exclues de cette analyse de contenu.

Thématiques sociétales	Presse 2003	B. ⁱ 2003-2004	Presse 2007	B. 2007-2008
Thèmes abordés par la presse et par Bonduelle (2 périodes)				
Pollution liée aux intrants (fertilisants, herbicides, pesticides)	3,6 %	1	9,5 %	1
Impact du cycle de vie des produits (packaging, recyclage...)	9,1 %	1	5 %	1
Sécurité sanitaire/alimentaire	4,5 %	1	1,5 %	1
Gammes de produits bio	1,4 %	1	1,3 %	1
Promotion style de vie sain (prévention maladies chroniques, accessibilité alimentation saine)	0,2 %	1	1,5 %	1
Thèmes abordés dans la presse, mais absents chez Bonduelle				
Maîtrise du prélèvement sur la ressource naturelle (pêche, soja, huile de palme)	32,8 %	0	40,2 %	0
Commerce équitable	3,8 %	0	3,7 %	0
Déforestation	1,2 %	0	3,1 %	0
Bien-être animal	0 %	0	0,1 %	0

6 Cette analyse de contenu se concentre sur les informations sociétales représentatives du secteur agroalimentaire et par là-même communiquées de manière volontaire. Aussi, les informations relatives à la consommation d'eau (consommation, maîtrise, conditions d'utilisation, rejets), qui sont requises par la Loi NRE, relèvent d'un *reporting* obligatoire non caractéristique de ce secteur et ne font donc pas l'objet d'approfondissement dans cette étape empirique. Les informations relatives à la qualité de l'eau traitent quant à elles des raisons de sa pollution et sont à ce titre collectées dans la catégorie « pollution liée aux intrants ».

Thèmes absents dans la presse, mais présents chez Bonduelle				
Pratiques responsables avec les fournisseurs	0 %	1	0 %	1
Communauté (lobbying, dons alimentaires)	0 %	1	0 %	1
Traçabilité des produits	0 %	1	0 %	1
Certification des sites de production ou de commercialisation	0 %	1	0 %	1
Thèmes qui apparaissent ou disparaissent chez Bonduelle entre les 2 périodes, indépendamment de la presse				
Pratiques agricoles responsables (jachères, faux semis)	0 %	0	0 %	1
Logistique responsable (impact environnement du transport, <i>reverse logistics</i>)	0 %	0	0 %	1
Incorporation de graisses saturées, trans, sodium et sucres ajoutés	0 %	0	0 %	1
Marketing responsable (<i>reporting</i> en termes d'allégation santé, logos, valeurs nutritionnelles, étiquetage carbone)	0 %	0	0,2 %	1
Travail agricole	0,7 %	0	0,5 %	1
Incorporation de fibres, minéraux, additifs fonctionnels et phytochimiques	0,3 %	1	0,2 %	0
Biotechnologies (OGM, clonage, séquençage ADN ...)	42,5 %	1	33,2 %	0
Total	100 %		100 %	

i. B = Bonduelle

FIG. 3 – Synthèse de la collecte des thématiques sociétales représentatives du secteur agroalimentaire.

La lecture de ce tableau révèle que le *reporting* sociétal de Bonduelle ne fait pas strictement écho aux thématiques développées dans la presse, dans la mesure où certains thèmes sont abordés dans la presse, mais pas chez Bonduelle, où d'autres ne sont pas abordés dans la presse, mais sont développés chez Bonduelle et où enfin certains thèmes émergent ou disparaissent du *reporting* de Bonduelle, indépendamment de leur développement dans la presse. Ce premier constat tend à suggérer qu'à l'accroissement global des sujets RSE abordés dans les deux supports

ne correspond pas forcément une similarité des thématiques privilégiées par l'un et par l'autre.

Dans ce qui suit, nous cherchons à approfondir d'un point de vue plus qualitatif si la teneur des propos diffusés par Bonduelle est alignée sur la manière dont la presse se fait l'écho de certains thèmes. En cohérence avec cette démarche, nous sélectionnons exclusivement les cinq thématiques qui sont à la fois présentes dans la presse et chez Bonduelle, à savoir « pollution liée aux intrants », « style de vie sain », « impact du cycle de vie des produits », « sécurité sanitaire et alimentaire », « gamme de produits bio et agriculture durable ».

3.2.2. *Résultat de l'étude de contenu dans les deux supports*

- Le thème de la « pollution liée aux pesticides, herbicides, fertilisants »

Les articles de presse publiés en 2003 soulignent les effets polluants et la dangerosité des pesticides employés tout particulièrement par l'industrie agricole, nommément désignée dans les médias. Les substances chimiques seraient à l'origine d'une contamination de rivières et cours d'eau⁷. Les pesticides sont encore accusés d'occasionner des malformations génitales⁸, une mortalité anormale des abeilles⁹ et de nuire à la santé des consommateurs via leur présence résiduelle dans les fruits et légumes traités¹⁰. En 2007, un scandale surgit sur les conséquences de l'utilisation de pesticides aux Antilles¹¹. Au cours de cette même période, sous l'impulsion du Grenelle de l'environnement, la presse relaie la volonté de faire évoluer le modèle agricole français, encore trop ancré dans une tradition française d'utilisation intensive de produits phytosanitaires¹².

Sur les deux années d'observation, le *reporting* sociétal de Bonduelle s'articule de son côté autour de la notion d'agriculture raisonnée, le

7 « Les eaux font le plein de pesticides », *Libération*, 19 février 2003.

8 « Professeur Sultan : “De plus en plus de malformations génitales liées aux pesticides” », *Le Figaro*, 20 mars 2003.

9 « Sale temps pour les abeilles », *Le Figaro*, 11 mai 2004.

10 « Enquête sur des traces de pesticides dans les aliments », *Le Parisien*, 4 juin 2004.

11 « Antilles, un pesticide dans le collimateur de la justice », *Aujourd'hui en France*, 24 août 2007.

12 « OGM, pesticides, agriculture bio, le Grenelle amorce un tournant », *Le Figaro*, 26 octobre 2007.

groupe mentionnant à ce sujet sa participation au programme FARRE¹³. L'agriculture raisonnée se définit comme un mode de production encourageant un recours limité aux engrais et pesticides chimiques afin de limiter les impacts négatifs sur l'environnement (Bocquet et Jameux, 2011).

En 2003-2004, les efforts du groupe « reposent sur deux axes prioritaires : l'agriculture raisonnée et la préservation des ressources naturelles ». Cet objectif étant énoncé, peu de détails sont donnés pour l'atteindre. En 2007-2008, le discours est plus développé. Une place centrale est accordée à la promotion de la charte mise en place par le groupe. L'ambition est d'« adapter le mode cultural afin de réduire les intrants (mise en place de recherches afin d'adapter l'utilisation des intrants et de l'eau d'irrigation) » (RA Bonduelle 2007-2008, p. 29).

Concernant cette première thématique, force est de constater que Bonduelle n'évoque pas du tout explicitement les effets délétères de la pollution liée à son activité pour se centrer sur une notion positive d'agriculture raisonnée. Cette absence d'explicitation des dangers issus du mode de production traditionnel peut être interprétée comme une stratégie de contournement de la part de l'entreprise agroalimentaire. Le *reporting* sociétal de Bonduelle et le contenu de la presse apparaissent sur ce thème particulièrement éloignés.

– Le thème lié à la promotion du « style de vie sain »

Si ce thème est quasi inexistant dans les articles de presse publiés en 2003, il est clairement abordé en 2007. La presse met alors en garde contre les maladies chroniques, telles que les maladies cardio-vasculaires qui constituent la première cause de décès¹⁴. Elle dénonce les risques de l'obésité¹⁵, dont l'obésité infantile, et son effet potentiel sur le diabète¹⁶.

En 2003-2004, l'objectif annoncé par Bonduelle est de contribuer à la santé par la nutrition. C'est à cette période que l'entreprise crée la Fondation Louis Bonduelle dans le but de contribuer à la recherche sur la prévention des maladies du cœur, du diabète et de l'obésité. « Celle-ci

13 Forum de l'agriculture raisonnée respectueuse de l'environnement.

14 « Les atteintes cardio-vasculaires, première cause mondiale de décès », *Le Figaro*, 21 mai 2008.

15 « Le tour de taille, marqueur clinique du risque de maladies », *Le Monde*, 15 novembre 2007.

16 « Diabète : les enfants aussi », *Le Monde*, 15 novembre 2007.

a une vocation tant scientifique (elle est par exemple membre fondateur de la Fondation cœur et artères), que pédagogique sur les vertus du légume » (RAct¹⁷ et de RSE Bonduelle 2003-2004, p. 3). L'entreprise se donne également pour objectif de contribuer aux enjeux de santé mondiaux en facilitant l'accès aux légumes à une population mondiale en croissance (RAct et de RSE Bonduelle 2003-2004, p. 23).

En 2007-2008, Bonduelle évoque plus spécifiquement le thème de l'information nutritionnelle. Son objectif est de clarifier l'étiquetage à destination des consommateurs, en réponse à la recommandation de la CIAA¹⁸ (RA Bonduelle 2007-2008, p. 22).

Enfin, la Fondation Louis Bonduelle précise ses missions. Elle « s'associe à ECOG, European Childhood Obesity Group, pour lancer un prix de recherche conjoint dont le thème sera la lutte contre l'obésité infantile » (RA Bonduelle 2007-2008, p. 30). « Avec des équipes de l'Inra, nous préparons un projet de 2 ans concernant le devenir des légumes dans notre corps » (RA Bonduelle 2007-2008, p. 31). Le combat contre les maladies chroniques prend un vernis scientifique. Bonduelle semble légitimer son action par l'adossement à des organismes de recherche extérieurs au groupe.

On observe ici un alignement du *reporting* sociétal de Bonduelle sur les préoccupations relayées par la presse, et ce tout autant à travers l'évocation des mêmes maladies que des moyens de les combattre.

– Le thème de la « sécurité sanitaire et alimentaire »

Sur les deux périodes, l'actualité est marquée par plusieurs scandales alimentaires (Buffalo-Grill¹⁹, steaks hachés contaminés²⁰, importation de produits chinois toxiques ou non conformes²¹, non-conformité dans des abattoirs²²). Les articles de presse de 2003-2004 relatent principalement les débats liés à la gouvernance institutionnelle de la santé et de la sécurité alimentaire en France comme, par exemple, la création

17 Rapport d'activité.

18 Confédération des industries agroalimentaires de l'UE.

19 « Buffalo Grill, deux dirigeants restent en prison », *Le Figaro*, 11 janvier 2003.

20 « Steaks contaminés : une quarantaine de malades », *Le Figaro*, 28 mars 2008.

21 « Les scandales sur les produits made in China suscitent l'inquiétude », *Le Monde*, 29 mai 2007.

22 « Sécurité sanitaire : des abattoirs français sur la sellette », *Le Parisien*, 21 mai 2008.

d'un pôle spécialisé dans la santé publique au tribunal de Paris²³. En 2007-2008, à l'occasion du sommet de la FAO, la question de la sécurité alimentaire est débattue dans la presse dans un contexte de croissance de la population mondiale et de faim dans le monde²⁴.

Du côté du *reporting* sociétal de Bonduelle, c'est le thème de la qualité qui prévaut sur les deux années. « Bonduelle met tout en œuvre pour préserver la confiance des consommateurs dans les produits et dans la marque en leur assurant une sécurité et une qualité totale » (RAct et de RSE Bonduelle 2003-2004, p. 17).

Pour ce faire, Bonduelle procède aux investissements nécessaires et se soumet à nombre de procédures de certification et d'audit qualité. « Les investissements de sécurité ou de qualité ont augmenté sur l'exercice de 13 % pour atteindre 21 % des investissements industriels » (RAct et de RSE Bonduelle 2003-2004, p. 16). « À propos d'assurance qualité, 100 % des audits de certification de l'ensemble des sites Bonduelle grand public ont été passés avec succès : AFAQ, certification ISO 9000 nouveau référentiel, EFSIS High Level » (RAct et de RSE Bonduelle 2003-2004, p. 36). En 2007-2008, Bonduelle entend s'inscrire dans deux axes de progrès, à savoir « avoir zéro rappel et zéro retrait (stabilité des réclamations et diminution des rappels) et améliorer le processus qualité » (RA Bonduelle 2007-2008, p. 29), via la mobilisation d'un effectif de 516 personnes dédiées à la qualité (RA Bonduelle 2007-2008, p. 20).

Bonduelle aborde cette thématique de manière positive, en se contentant de centrer son *reporting* sur la mise en place de dispositifs destinés à éviter les accidents sanitaires. En conséquence, Bonduelle choisit de couvrir partiellement la thématique telle que développée dans la presse. Les enjeux mondiaux, eux, restent ignorés alors même que l'entreprise connaît un développement international soutenu.

– Le thème du « packaging et recyclage »

C'est exclusivement la thématique du recyclage²⁵ qui est abordée dans la presse au cours de ces deux périodes. Il est fait référence aux recommandations, directives ou réglementations qui incitent au

23 « Naissance du nouveau pôle de santé publique au tribunal de Paris », *Le Monde*, 29 septembre 2003.

24 « La FAO au banc des accusés », *Le Figaro*, 3 juin 2008.

25 « Le recyclage des déchets progresse lentement », *Le Monde*, 15 mars 2004.

recyclage des déchets, des emballages et des produits en fin de vie²⁶. Le thème de l'optimisation des emballages, et plus particulièrement de l'écoconception²⁷, n'est évoqué que pour souligner la faible adhésion des industriels à ces pratiques.

En ce qui concerne le *reporting* de Bonduelle, en 2003-2004 le groupe fait du « packaging » un axe de progrès. Le métal étant en ce domaine la matière la plus utilisée, le groupe s'inscrit dans un processus d'amélioration continue visant à en réduire le poids pour chaque boîte (RA version anglaise 2003-2004, p. 59). En 2007-2008, l'entreprise entend initier une politique d'optimisation des emballages et d'écoconception (RA Bonduelle 2007-2008, p. 36). Concernant le recyclage, les deux rapports analysés mentionnent qu'une partie des déchets industriels banals et des déchets verts est réutilisée en énergie et que le reste est valorisé notamment en alimentation animale (RA version anglaise Bonduelle, 2003-2004, p. 58 ; RA Bonduelle 2007-2008, p. 37).

Bonduelle adopte un *reporting* détaillé sur ce thème qui paraît aller au-devant des attentes relayées par la presse et les dépasser.

– Le thème des produits bio

En 2003-2004, la presse souligne la faible implication de la France dans le « bio ». En effet, bien qu'elle constitue le premier pays agricole européen, elle n'occupe que le 13^e rang en matière d'agriculture biologique²⁸. En 2007-2008, alors même que le Grenelle de l'environnement met à l'honneur la consommation « bio », la presse souligne la faiblesse des volumes consommés notamment en raison de prix élevés²⁹.

Pour les deux années, Bonduelle se limite à indiquer le nombre de sites produisant des gammes bio, à savoir 8 sur 24 en 2003-2004 (RA version anglaise Bonduelle 2003-2004, p. 61) et 7 sur 33 en 2007-2008 (RA Bonduelle 2007-2008, p. 20), sans qu'aucun effort particulier ne soit fait pour développer l'image d'une entreprise impliquée dans le bio. L'agriculture biologique peut pourtant être perçue comme une

26 « L'ONU recommande le recyclage », *Libération*, 8 mars 2004 ; « Une directive-cadre fixe des objectifs de recyclage aux pays de l'Union européenne », *Le Monde*, 20 juin 2008.

27 « Le packaging écolo progresse sans emballer l'industrie », *Libération*, 22 novembre 2007.

28 « La France veut rattraper son retard dans les produits bio », *Le Monde*, 4 février 2004.

29 « Les Français trient leurs déchets mais achètent peu de produits bio », *Le Monde*, 17 décembre 2007.

« manifestation concrète de la possibilité de préservation d'une relation pérenne entre les sociétés et la nature » (Deléage, 2005).

Concernant ce thème, la quasi-absence de *reporting* de Bonduelle paraît en phase avec la faible implication de l'agriculture française dans le bio dont la presse se fait écho.

4. DISCUSSION ET CONCLUSION

L'objet de cette dernière section est de mettre en perspective les résultats empiriques précédemment proposés, en lien avec la littérature en comptabilité qui explore les déterminants du *reporting* sociétal. Deux conclusions principales sont avancées, en lien avec la littérature antérieure en comptabilité sur le sujet. La première est que cette monographie sur Bonduelle conforte les conclusions des travaux antérieurs sur le plan du nombre de thèmes abordés alors même que Bonduelle est désormais soumis à des obligations informationnelles depuis 2002. L'étude fait en effet apparaître de manière très globale une correspondance quantitative longitudinale entre les deux supports. La seconde conclusion porte sur les limites de la théorie du MAS pour expliquer le contenu du *reporting* RSE de Bonduelle sur un plan plus qualitatif. L'analyse en coupe transversale de ce *reporting* et de la presse sur les deux années 2003 et 2007 révèle en effet que les thématiques agroalimentaires sont traitées en réalité de manière largement divergente par la presse et par l'entreprise.

Dans un premier temps, la mise en évidence de deux pics d'attention simultanés sur la période 2001-2010 entre la presse et le *reporting* sociétal de Bonduelle conduit à considérer que la théorie du MAS est potentiellement explicative de la variété du *reporting* sociétal de cette firme. Sans prétendre à une confirmation économétrique de la pertinence de cette théorie (ceci n'ayant que peu de sens pour une étude monographique), ce résultat conduit à ne pas écarter sa pertinence pour comprendre les évolutions dynamiques du *reporting* sociétal volontaire d'une firme agroalimentaire. Ce résultat est cohérent avec les travaux similaires antérieurs de Brown et Deegan (1998) portant sur la période 1981-1994, ou encore de Deegan *et al.* (2002) portant sur la période 1983-1997.

Par ailleurs, nos résultats rejoignent et approfondissent ceux de Déjean et Oxibar (2010) présentant la monographie Péchiney sur le fait que, s'il y a cohérence au niveau des grandes catégories informationnelles, celle-ci n'est pas systématiquement observable à un niveau plus détaillé. Il est à observer que l'introduction d'une réglementation en matière d'informations RSE ne conduit pas à observer des pratiques différentes en matière de divulgation volontaire.

Un second type d'analyse a permis en revanche de mettre en évidence l'écart existant entre le traitement des sujets par la presse et celui de Bonduelle.

L'étude compréhensive des discours sur les deux supports (presse française et rapports annuels de Bonduelle) a mis en évidence des stratégies de communication variées selon les thèmes. Sur certains sujets, le *reporting* sociétal de l'entreprise est aligné sur celui de la presse (dispositions visant à prévenir les maladies chroniques par l'alimentation). Tel est également le cas lorsque l'entreprise reste quasi silencieuse sur un sujet qui ne bénéficie que d'un faible retentissement dans la presse (agriculture biologique). *A contrario*, sur d'autres sujets, Bonduelle effectue une couverture partielle de la thématique en comparaison de son traitement par la presse (en matière de sécurité alimentaire et de pénurie, l'entreprise n'évoque pas les enjeux mondiaux ; en matière de pesticides, elle n'évoque jamais les effets délétères) ou à l'inverse, livre un discours qui dépasse le périmètre défini par la presse sans doute dans l'objectif de construire une image favorable d'elle-même (en matière de packaging et d'emballage).

Notre recherche complète et prolonge des études antérieures comme celles de Guthrie et Parker (1989) et Déjean et Oxibar (2010) en ce sens qu'elle se concentre sur une analyse thématique. En effet, les précédents travaux cités soulignaient que des résultats plus concluants pouvaient être apportés par une analyse de contenu. Par exemple, Déjean et Oxibar (2010) montrent que si la thématique « ressources humaines » est présente dans le discours de Péchiney et à la une du quotidien *Le Monde*, les sous-catégories qui la composent divergent largement. Notre démarche a consisté à étendre la méthode de recherche par une étude de cohérence de l'orientation des discours pour les deux supports étudiés.

La théorie du MAS peut expliquer l'effort qui est produit par l'entreprise à une période donnée pour accroître la variété des thèmes

RSE, la presse constituant un vecteur de pression institutionnelle parmi d'autres et s'exerçant sur toutes organisations. Mais, l'évocation par la presse de certains sujets n'entraîne pas pour autant la mise à l'agenda de l'ensemble de ces sujets par l'entreprise. Notre étude apporte ainsi une confirmation ponctuelle à l'intuition originelle de la théorie du MAS qui envisage que la presse a le pouvoir d'indiquer ce « à quoi » la société doit penser, mais pas forcément « ce » qu'elle doit penser (McCombs et Shaw, 1972). En complément, il faudrait explorer d'autres types de pressions qui s'exercent directement sur la firme et qui pourraient susciter une réponse individuelle conduisant l'entreprise à se légitimer (Adams, 2002 ; Cho, 2009).

ANNEXE

Informations obligatoires issues de la loi NRE 2001 : 35 items		
Informations sociales : cf. Décret n° 2002-221 du 20 février 2002, article 1		
Informations environnementales : cf. Décret n° 2002-221 du 20 février 2002, article 2		
Informations volontaires spécifiques au secteur agroalimentaire : 38 items		
Thèmes	Sous-thèmes	Références
Social	– Précisions sur les modalités du dialogue social envers les salariés	GRI AA
	– Pourcentage temps perdu du fait de conflits, grèves	GRI AA
Travail agricole	– Considération du travail saisonnier, travail précaire	Maloni & Brown (2006)
	– Risques spécifiques des travailleurs (intrants, pesticides, travail manuel)	Maloni & Brown (2006)
	– Migration des travailleurs	Maloni & Brown (2006)
	– Rémunération et pauvreté des agriculteurs	Maloni & Brown (2006)
Environnement	– Pollution liée aux intrants (fertilisants, herbicides, pesticides)	Maloni & Brown (2006)
	– Déforestation	Maloni & Brown (2006)
	– Pratiques agricoles responsables (jachères, faux semis)	Maloni & Brown (2006)
	– Logistique responsable (impact environnement du transport, <i>reverse logistic</i>)	Maloni & Brown (2006)
	– Maîtrise du prélèvement sur la ressource naturelle (pêche, espèces en danger, soja, huile de palme)	GRI AA
	– Maîtrise de l'utilisation de l'eau dans la production agro-alimentaire	GRI AA
Approvisionnement / sourcing	– Relations responsables avec les fournisseurs (équité, influence, abus de pouvoir, prévention corruption...)	Maloni & Brown (2006)
	– Considération des pratiques responsables des fournisseurs	GRI AA
	– Volume achats ayant fait l'objet d'une vérification RSE	GRI AA

Thèmes	Sous-thèmes	Références
Communauté	– Dons alimentaires	Maloni & Brown (2006)
	– Lobbying, influence sur les politiques publiques	GRI AA
Responsabilité produits	– Promotion style de vie sain (prévention maladies chroniques, accessibilité alimentation saine)	Maloni & Brown (2006)
	– Protection attaques biologiques, terroristes, chimiques	Maloni & Brown (2006)
	– Traçabilité des produits	Maloni & Brown (2006)
	– Respect des besoins des populations locales	Maloni & Brown (2006)
	– Impact du cycle de vie des produits (packaging, recyclage)	GRI AA
	– Sécurité sanitaire/alimentaire, non-conformité des produits (impact sur sécurité et santé)	GRI AA
	– Gammes de produits bio, agriculture durable	Maloni & Brown (2006)
	– Certification sécurité alimentaire des sites de production ou de commercialisation	GRI AA
	– Incorporation de graisses saturées, trans, sodium et sucres ajoutés et huile de palme	GRI AA
	– Incorporation de fibres, minéraux, additifs fonctionnels et phytochimiques	GRI AA
	– Marketing responsable (communication en termes d'allégation santé, logos, valeurs nutritionnelles, étiquetage carbone)	GRI AA
Bien-être animal	– Animaux traités, élevés par type d'espèce et de race	GRI AA
	– Transport et traitement (manipulation) espaces de vie et élevage plein air / industriel	Maloni & Brown (2006)
	– Utilisation des produits médicamenteux	GRI AA
	– Modes d'abattage et de pêche	Maloni & Brown (2006)

Thèmes	Sous-thèmes	Références
Biotechnologie (OGM, clonage, séquençage ADN, stimulation croissance, antibiotiques...)		Maloni & Brown (2006)
Commerce équitable		Maloni & Brown (2006)
Économique	– Informations sur investissements communautaires spécifiques au secteur	GRI AA
	– Aides gouvernementales, subventions	GRI AA

Grille d'analyse de contenu
de l'information sociétale agroalimentaire.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Adams C., 2002, "Internal organizational factors influencing corporate social and ethical reporting", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 15, n° 2.
- Ader C.R., 1993, "A longitudinal study of agenda setting for the issue of environmental pollution", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 72, n° 2, p. 300-311.
- Allard-Poesi F., Drucker-Godard C., Ehlinger S., 1999, « Analyses de représentations et de discours », in Thiétart R.A. *et al.*, *Méthodes de recherche en management*, Dunod.
- Audipresse, 2011, One 2011, http://www.audipresse.fr/media/document/one2011_resultats/1_one_2011_note_resultats.pdf
- Bocquet A.M., Jameux C., 2011, « Le rôle des partenariats distributeurs/producteurs dans le développement des filières agroalimentaires durables : une étude exploratoire », *Économies et Sociétés, Série « Systèmes agroalimentaires »*, AG, n° 33, p. 1737-1761.
- Brown N., Deegan C., 1998, "The public disclosure of environmental performance information – a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory", *Accounting and Business Research*, vol. 29, n° 1, p. 21-41.
- Capron M., Quairel-Lanoizelée F., 2007, *La responsabilité sociale d'entreprise*, La Découverte (Repères).
- Chauvey J.N., Giordano-Spring S., Cho C., Patten D., 2014, "The Normativity and Legitimacy of CSR Disclosure : Evidence from France", *Journal of Business Ethics – Special Issue on CSR and Sustainability*. DOI 10.1007/s10551-014-2114-y
- Chernov G., Valenzuela S., McCombs M., 2011, "An experimental comparison of two perspectives on the concept of need for orientation in agenda-setting theory", *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 88(1), p. 142-155.
- Cho C., 2009, "Legitimation Strategies Used in Response to Environmental Disaster : A French Case Study of Total SA's Erika and AZF Incidents", *European Accounting Review*, vol. 18, n° 1, p. 33-62.
- Cuganesan S., Guthrie J., Ward L., 2010, "Examining CSR disclosure strategies within the Australian food and beverage industry", *Accounting forum*, n° 34, p. 169-183.
- Damak-Ayadi S., 2010, « Le reporting social et environnemental suite à l'application de la Loi NRE en France », *Comptabilité, Contrôle, Audit*, tome 16, vol. 1, p. 53-82.
- Deegan C., Gordon B., 1996, "A study of the environmental disclosure

- practices of Australian corporations”, *Accounting and Business Research*, vol. 26, n° 3, p. 187-199.
- Deegan C., Rankin M., Tobin J., 2002, “An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997 : a test of legitimacy theory”, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 15, n° 3, p. 312-343.
- Déjean R., Oxibar B., 2010, « Légitimation et communication sociétale : le cas Péchiney », *Management International*, hiver, vol. 14, n° 2, p. 69-82.
- Deléage E., 2005, « L'agriculture durable, utopie ou nécessité ? », *Mouvements*, n° 41, sept.-oct., p. 64-69.
- Gray R., Kouhy R., Lavers S., 1995, “Methodological Themes : Constructing a Research Database of Social and Environmental Reporting by UK Companies”, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 8, n° 2, p. 8-101.
- Guthrie G., Abeysekera I., 2006, “Content analysis of social, environmental reporting : what is new ?” *Journal of Human Resources Costing and Accounting*, vol. 10, n° 2, p. 114-126.
- Guthrie J., Parker L.D., 1989, “Corporate social reporting : a rebuttal of legitimacy theory”, *Accounting and Business Research*, vol. 19, n° 76, p. 343-352.
- Guthrie J., Cuganesan S., Ward L., 2008, “Industry specific social and environmental reporting : The Australian food and beverage industry”, *Accounting forum*, 32, p. 1-15.
- Hartmann M., 2011, “Corporate social responsibility in the food sector”, *European Review of Agricultural Economics*, vol. 38, n° 3, p. 297-324.
- Laine M., 2009, “Ensuring legitimacy through rhetorical change ?” *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 22, n° 7, p. 1029-1054.
- Lindblom C., 1994, “The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure”, Paper presented at the Critical Perspectives on Accounting Conference, New York.
- Maloni M.J., Brown M.E., 2006, “Corporate social responsibility in the supply chain : an application in the food industry”, *Journal of Business Ethics*, vol. 68, p. 35-52.
- Meyer J.W., Rowan B., 1977, “Institutionalized Organizations : Formal Structure as Myth and Ceremony”, *American Journal of Sociology*, n° 2, p. 340-363.
- Oxibar B., 2003, *La diffusion d'information sociétale dans les rapports annuels et les sites internet par les entreprises françaises*, Thèse, Sciences de Gestion, Université Paris 9 Dauphine.
- Parker L.D., 2005, “Social and environmental accountability research : a view from the commentary box”, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 18, n° 6, p. 842860.

- Patten D.M., 1991, "Exposure legitimacy and social disclosure", *Journal of Accounting and Public Policy*, vol. 10, p. 297-308.
- Patten, D.M., 1992, "Intra-industry environmental disclosures in response to Alaska oil spill : a note on legitimacy", *Accounting Organizations and Society*, vol. 17, n° 5, p. 471-475.
- Pollach I., 2014, "Corporate environmental reporting and news coverage of environmental issues : An agenda-setting perspective", *Business Strategy and the Environment*, vol. 23, n° 5, p. 349.
- Rastoin J.L., 2006, « Le système alimentaire mondial est-il soluble dans le développement durable ? », W.P., n° 5, UMR Moisa.
- Rivière-Giordano G., 2007, *La qualité des informations sociétales, une expérimentation relative à l'audit environnemental*, Thèse, Sciences de Gestion, Université Montpellier 1.
- Suchman M.C., 1995, "Managing legitimacy : strategic and institutional approaches", *Academy of Management Review*, vol. 20, n° 3, p. 571-610.
- Unerman J., 2000, "Methodological issues – Reflections on quantification in corporate social reporting content analysis", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 13, n° 5, p. 667-681.
- Zucker H.G., 1978, *The variable nature of news media influences*, Communication Yearbook n° 2, Rubin B.D. (ed.), New Jersey, p. 225-245.