



Comment l'attention médiatique sur les enjeux agroalimentaires oriente-t-elle le *reporting* sociétal d'entreprise ?

Le cas de Bonduelle

Revue : [Systèmes alimentaires / Food Systems](#)
2016, n° 1. varia

Array

Array

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.

Nombre de pages : 256

ISBN : 978-2-406-06863-1

ISSN : 2555-0411

DOI : 10.15122/isbn.978-2-406-06863-1.p.0169

Éditeur : Classiques Garnier

Array

Mots-clés : Responsabilité sociale d'entreprise, reporting, communication, industrie des fruits et légumes

[Afficher en ligne](#)