

L'éthique et la conformité sociale au cœur de l'audit social : quelle influence sur l'engagement organisationnel ?

Ethics and social compliance at the core of social audit: what influence on organizational commitment?

Dounia Tayeb^{1*}, Ikram Khattabi¹, Rahim Ettor¹

¹Faculté des Sciences Juridiques Économiques et Sociales d'Ait Melloul, Université Ibn Zohr, Agadir, Maroc

*Corresponding author: dounia.tayeb@edu.uiz.ac.ma

Résumé

L'audit social est un outil de gouvernance permettant d'évaluer et d'améliorer les pratiques sociales des entreprises, en assurant leur conformité aux normes éthiques et sociales. Cette recherche examine l'influence des dimensions éthique et de conformité sociale sur l'engagement organisationnel des salariés, considéré dans ses formes affectives, calculée et normative. Une approche mixte a été adoptée : 11 entretiens semi-directifs pour la phase qualitative et un questionnaire auprès de 217 salariés pour la phase quantitative. Les résultats attendus montrent que les pratiques éthiques et conformes renforcent l'engagement des salariés, leur attachement et leur motivation, contribuant ainsi à améliorer la performance sociale et l'implication des ressources humaines dans les organisations.

Mots Clés : Audit social, Ethique, Conformité sociale, Engagement organisationnel, Entreprises marocaines

Abstract

Social auditing is a governance tool that allows organizations to evaluate and improve their social practices while ensuring compliance with ethical and social standards. This study examines the influence of the ethical and social compliance dimensions of social audit on employees' organizational commitment, considering its affective, continuance, and normative forms. A mixed-methods approach was adopted: 11 semi-structured interviews for the qualitative phase and a survey of 217 employees for the quantitative phase. The expected results indicate that ethical and compliant practices strengthen employee commitment, attachment, and motivation, thereby enhancing social performance and human resource engagement within organizations.

Keywords : Social audit, Ethics, social compliance, Organizational commitment, Moroccan companies



Copyright © 2025 The Author(s). Published by IRAFEM.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. Introduction

Dans un environnement organisationnel caractérisé par des transformations économiques, sociales et managériales de plus en plus rapides, les entreprises sont confrontées à des exigences croissantes en matière de transparence, de respect des normes sociales et de promotion de comportements éthiques. Dans ce contexte, les dimensions sociales de la gestion des organisations occupent une place de plus en plus centrale dans les préoccupations des dirigeants et des chercheurs. Les organisations sont ainsi appelées à mettre en place des mécanismes permettant d'évaluer, de contrôler et d'améliorer leurs pratiques sociales afin d'assurer un fonctionnement équilibré et durable. Parmi ces mécanismes, l'audit social s'impose progressivement comme un outil de gouvernance visant à analyser la conformité des pratiques organisationnelles aux normes sociales, juridiques et éthiques en vigueur. En tant qu'instrument d'évaluation et d'amélioration des pratiques de gestion des ressources humaines, l'audit social permet d'identifier les écarts entre les pratiques observées et les standards attendus, tout en contribuant à renforcer la transparence et la crédibilité des organisations. Dans cette perspective, deux dimensions apparaissent particulièrement importantes dans l'analyse de l'audit social : l'éthique, qui renvoie aux valeurs et aux principes guidant les comportements organisationnels, et la conformité sociale, qui concerne le respect des règles, des normes et des obligations sociales encadrant les relations de travail.

Par ailleurs, l'engagement organisationnel constitue un concept central dans la littérature en management des ressources humaines. Il traduit le degré d'attachement psychologique des salariés à leur organisation et leur volonté de contribuer à la réalisation de ses objectifs. La littérature distingue généralement trois formes principales d'engagement organisationnel : l'engagement affectif, qui reflète l'attachement émotionnel du salarié à l'organisation ; l'engagement calculé, fondé sur l'évaluation des coûts associés à un éventuel départ ; et l'engagement normatif, qui correspond au sentiment d'obligation morale de rester au sein de l'organisation. Dans ce cadre, la mise en œuvre de pratiques d'audit social fondées sur l'éthique et la conformité sociale pourrait jouer un rôle déterminant dans le développement de l'engagement organisationnel des salariés. En effet, lorsque les salariés perçoivent que leur organisation respecte des principes éthiques et des normes sociales équitables, ils sont plus susceptibles de développer un sentiment d'appartenance, de confiance et de loyauté envers celle-ci. Toutefois, malgré l'intérêt croissant accordé à ces thématiques dans la littérature, les travaux empiriques examinant le lien entre les dimensions de l'audit social et les différentes formes d'engagement organisationnel demeurent encore relativement limités, en particulier dans le contexte des entreprises marocaines.

C'est dans cette perspective que s'inscrit la présente recherche, qui vise à analyser l'influence des dimensions éthique et de conformité sociale de l'audit social sur l'engagement organisationnel des salariés. Plus précisément, cette étude cherche à comprendre comment les pratiques d'audit social fondées sur l'éthique et la conformité sociale contribuent au développement des différentes formes d'engagement organisationnel, à savoir l'engagement affectif, l'engagement calculé et l'engagement normatif. Afin d'apporter des éléments de réponse à cette problématique, la recherche adopte une approche méthodologique mixte combinant une étude qualitative et une étude quantitative. La phase qualitative repose sur la réalisation d'entretiens semi-directifs auprès de onze participants issus d'entreprises marocaines, permettant d'explorer la perception des pratiques d'audit social et leur influence sur l'engagement des salariés. La phase quantitative s'appuie quant à elle sur une enquête par questionnaire administrée auprès de 217 salariés afin de tester empiriquement les relations entre les variables étudiées.

2. Revue de littérature

2.1. L'audit social et ses dimensions : éthique et conformité sociale

L'audit social est généralement défini comme un outil d'évaluation permettant d'analyser les pratiques sociales d'une organisation et leur conformité aux normes juridiques, sociales et éthiques. Selon Jean-Marie Peretti, l'audit social constitue un instrument de diagnostic visant à vérifier l'adéquation entre les pratiques de gestion des ressources humaines et les objectifs sociaux de l'organisation. Dans la même perspective, Jacques Igalens considère l'audit social comme une démarche méthodique permettant d'évaluer l'efficacité et la conformité des politiques sociales mises en œuvre au sein des entreprises. La littérature souligne que l'audit social ne se limite pas à un simple contrôle administratif. Il constitue également un outil de pilotage permettant d'améliorer la qualité des pratiques organisationnelles, de renforcer la transparence managériale et de favoriser la confiance des salariés envers l'organisation. Dans cette perspective, deux dimensions apparaissent particulièrement importantes dans l'analyse de l'audit social : l'éthique et la conformité sociale.

2.1.1. L'éthique organisationnelle

L'éthique organisationnelle renvoie à l'ensemble des valeurs, principes et normes morales qui orientent les comportements des individus et des organisations. Selon R. Edward Freeman, l'intégration de principes éthiques dans la gestion des organisations permet de renforcer les relations avec les différentes parties prenantes et de promouvoir des pratiques managériales fondées sur l'équité, la transparence et le respect des individus. La notion d'éthique mobilisée dans cette recherche s'inscrit également dans les travaux relevant du tournant herméneutique des sciences sociales (Thévenot, 1990 ; Dosse, 1995), qui mettent en avant l'importance des valeurs et des justifications morales dans l'analyse des comportements organisationnels. Toutefois, la littérature souligne l'existence d'un certain flou conceptuel autour de la notion d'éthique, notamment dans ses relations avec la responsabilité sociale des entreprises. Certains auteurs considèrent en effet que la responsabilité sociale des entreprises peut être réduite à un simple instrument de communication ou de marketing (Lordon, 2003), tandis que d'autres établissent une distinction entre l'éthique des affaires d'inspiration anglo-saxonne et les approches européennes de la responsabilité sociale, davantage centrées sur des objectifs sociaux (Capron & Quairel-Lanoizelée, 2007).

Dans ce cadre, la responsabilité sociale de l'entreprise peut être appréhendée comme la contribution des organisations aux objectifs de développement durable et à la performance globale. Cette approche dépasse la vision classique de l'entreprise centrée uniquement sur la performance financière et les intérêts des actionnaires pour intégrer une perspective plus large prenant en compte les attentes des différentes parties prenantes (Capron & Quairel, 2004). Dans le contexte marocain, le label RSE de la CGEM constitue un dispositif important visant à encourager les entreprises à adopter des pratiques socialement responsables. Ce label reconnaît les organisations qui s'engagent à respecter et à promouvoir les principes universels de responsabilité sociale et de développement durable dans leurs activités et leurs relations avec les salariés. Dans le cadre de cette recherche, l'éthique organisationnelle est ainsi appréhendée à travers les pratiques inspirées des principes du label RSE de la CGEM.

2.1.2. La conformité sociale

La conformité sociale renvoie à l'obligation pour une entreprise de respecter les conditions de travail et d'emploi définies par la réglementation sociale (Habriche, 2016). Elle implique le

respect des normes juridiques, des règles institutionnelles et des standards sociaux encadrant les relations de travail. Selon Richard M. Steers, le respect des normes organisationnelles et institutionnelles contribue à instaurer un environnement de travail stable et sécurisé, favorisant ainsi des relations de travail plus harmonieuses. Dans cette perspective, la conformité sociale constitue un élément essentiel pour garantir la protection des droits des travailleurs et améliorer les conditions de travail au sein des organisations.

Au niveau international, plusieurs initiatives ont été mises en place afin de promouvoir la conformité sociale dans les chaînes d'approvisionnement. Parmi celles-ci, l'initiative Business Social Compliance Initiative (BSCI), créée en 2003 par la Foreign Trade Association (FTA), constitue un référentiel largement utilisé par les entreprises souhaitant améliorer les conditions de travail dans leurs chaînes d'approvisionnement. Le code de conduite de la BSCI définit un ensemble de principes visant à garantir des pratiques commerciales responsables et à assurer le respect des droits fondamentaux des travailleurs. Dans ce cadre, la conformité sociale peut être évaluée à travers plusieurs dimensions relatives aux conditions de travail et aux droits des salariés. Dans certaines recherches empiriques, notamment celles de El Amili et El Harrane (2021), la conformité sociale est mesurée à partir d'indicateurs inspirés du référentiel BSCI tels que la protection des travailleurs, la non-discrimination, les horaires de travail décents, la santé et la sécurité au travail ainsi que la lutte contre les formes d'emploi précaires.

2.1.3. L'engagement organisationnel : fondements conceptuels

L'engagement organisationnel constitue un concept central dans la littérature en management des ressources humaines et en comportement organisationnel. Il est généralement défini comme le degré d'attachement psychologique d'un individu à son organisation. Le modèle le plus largement reconnu est celui proposé par John P. Meyer et Natalie J. Allen, qui identifient trois formes principales d'engagement organisationnel : l'engagement affectif, l'engagement de continuité (ou calculé) et l'engagement normatif. L'engagement affectif correspond à l'attachement émotionnel du salarié à son organisation. Les individus présentant un fort engagement affectif restent dans l'organisation parce qu'ils s'y sentent impliqués et qu'ils partagent ses valeurs. L'engagement calculé repose sur l'évaluation des coûts associés au départ de l'organisation. Dans ce cas, les salariés demeurent dans l'entreprise principalement en raison des investissements réalisés ou des avantages qu'ils pourraient perdre en cas de départ. L'engagement normatif, quant à lui, correspond au sentiment d'obligation morale de rester au sein de l'organisation. Les salariés ressentent une forme de devoir ou de loyauté envers leur organisation.

2.1.4. L'influence de l'audit social sur l'engagement organisationnel

Plusieurs travaux suggèrent que les pratiques organisationnelles fondées sur l'équité, la transparence et le respect des normes sociales peuvent favoriser le développement de l'engagement organisationnel. Selon Denise M. Rousseau, lorsque les salariés perçoivent que l'organisation respecte ses obligations et agit de manière équitable, ils développent un sentiment de confiance qui renforce leur attachement à l'organisation. Dans cette perspective, l'audit social peut être considéré comme un mécanisme contribuant à améliorer la qualité des pratiques organisationnelles et à renforcer la crédibilité des politiques sociales. En évaluant les pratiques de gestion sous l'angle de l'éthique et de la conformité sociale, l'audit social peut favoriser un climat organisationnel fondé sur la justice et la confiance. Ainsi, lorsque les salariés perçoivent que leur organisation respecte des principes éthiques et des normes

sociales équitables, ils sont plus susceptibles de développer un engagement organisationnel plus fort, qu'il soit affectif, calculé ou normatif.

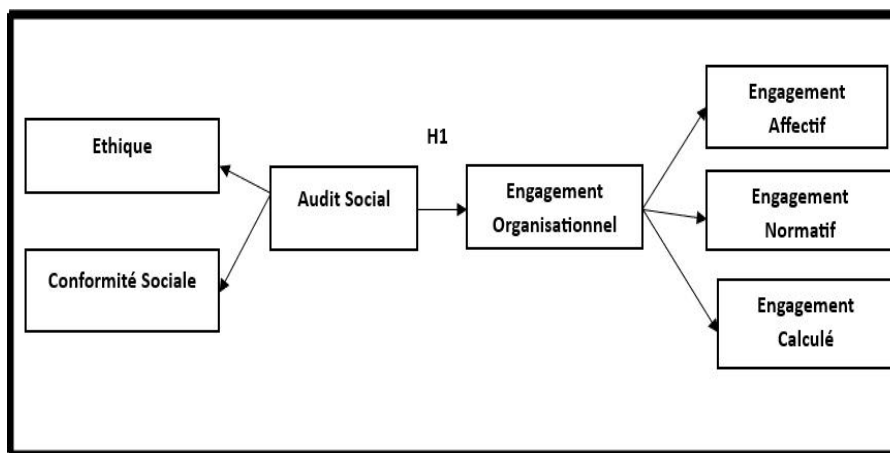
2.2. Hypothèses et modèle de recherche

En s'appuyant sur les travaux théoriques et empiriques précédemment présentés, la présente étude formule l'hypothèse suivante :

H1 : L'audit social influence positivement l'engagement organisationnel

Cette hypothèse, présentée dans le modèle conceptuel ci-dessous, sera testée à travers une étude empirique reposant sur la collecte et l'analyse de données quantitatives afin de confirmer ou d'infirmer les relations supposées.

Figure 1 : Modèle conceptuel



3. Méthodologie adoptée

Cette recherche vise à analyser l'influence des dimensions éthique et de conformité sociale de l'audit social sur l'engagement organisationnel des salariés (affectif, calculé, normatif). Elle s'inscrit dans un paradigme positiviste aménagé, qui allie la rigueur de l'approche quantitative à la richesse exploratoire de l'analyse qualitative. La phase qualitative explore la perception des pratiques d'audit social et leur impact sur l'engagement organisationnel. Elle repose sur 11 entretiens semi-directifs menés auprès de participants occupant différentes fonctions dans des entreprises marocaines. Les entretiens ont été enregistrés, transcrits et analysés à l'aide du logiciel NVivo, permettant d'identifier les thèmes récurrents et les mécanismes par lesquels l'audit social influence l'engagement des salariés. Cette démarche permet d'enrichir la compréhension des liens entre audit social et engagement, tout en orientant la construction du questionnaire quantitatif. La phase quantitative a pour objectif de tester empiriquement les relations entre les dimensions de l'audit social et les formes d'engagement organisationnel. Un questionnaire structuré a été administré à 217 salariés d'entreprises marocaines issues de différents secteurs. Les critères d'inclusion étaient : être salarié à temps plein, âgé de 18 ans ou plus et avoir au moins un an d'ancienneté dans l'organisation. Les données ont été traitées et analysées à l'aide du logiciel SPSS, permettant de tester les corrélations et les relations causales entre les variables latentes.

4. Analyse des résultats

4.1. Résultats qualitatifs

Après la collecte des données auprès des cadres supérieurs, des salariés et des directeurs généraux à travers des entretiens semi-directifs, nous avons procédé à une analyse approfondie à l'aide du logiciel Nvivo. Cet outil nous a permis d'identifier et de coder les thèmes récurrents, appelés nœuds, relatifs aux pratiques d'audit social et, plus spécifiquement, aux dimensions de conformité sociale. Les résultats qui suivent mettent en évidence les aspects fondamentaux de la conformité sociale tels qu'ils émergent des perceptions des participants, en les reliant aux critères définis par la Loi BSCI. Le tableau ci-dessous synthétise ces principaux critères et illustre comment ils se manifestent dans les pratiques des entreprises étudiées.

4.1.1. L'Éthique comme Pilier de la RSE

Ce tableau présente les résultats relatifs à l'éthique en tant que pilier fondamental de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) tels qu'établis par la Label CGEM.

Tableau 1 : L'Éthique au Cœur de la Responsabilité Sociétale des Entreprises

Ethique	A: Budget	B : Pratique Environnementale Durable (LABEL CGEM)	C : Anti-corruption (LABEL CGEM)	D : Amélioration des conditions d'emploi et de travail et les relations professionnelles (LABEL CGEM)	Total
Part A	0	1	0	0	1
Part B	1	1	0	0	2
Part C	1	1	0	1	3
Part D	0	1	0	1	2
Part E	0	1	0	1	2
Part F	0	1	0	1	2
Part G	0	1	0	1	2
Part H	0	1	1	1	3
Part I	0	1	0	0	1
Part J	1	1	1	1	4
Part K	1	0	0	0	1
Nombre de réponse	4	10	2	7	23
% de réponse	17,39%	43,48%	8,70%	30,43%	100%

Source : Extraits des entretiens

Les pratiques environnementales durables constituent le critère le plus valorisé par les participants (43,48 %), reflétant une forte sensibilité aux enjeux écologiques et à la durabilité. L'amélioration des conditions d'emploi et des relations professionnelles arrive en deuxième position (30,43 %), soulignant l'importance accordée au bien-être des salariés et à un climat de travail sain. Le budget alloué aux initiatives RSE est mentionné par 17,39 % des participants, indiquant que le financement des actions responsables est reconnu, bien qu'il soit considéré comme moins prioritaire. Enfin, la lutte contre la corruption est citée par 8,70 % des répondants, apparaissant comme l'aspect le moins évoqué malgré son importance pour assurer la transparence et l'éthique organisationnelle. Ces résultats montrent que les préoccupations environnementales et les conditions de travail constituent les dimensions centrales des pratiques de responsabilité sociale perçues par les salariés.

4.1.2. Aspects fondamentaux de la conformité sociale

Le tableau ci-dessous présente les résultats concernant les aspects fondamentaux de la conformité sociale, tels qu'établis par la Loi BSCI.

Tableau 2 : Critères de Conformité Sociale selon la Loi BSCI

Ethique	A: Budget	B : Pratique Environnementale Durable (LABEL CGEM)	C : Anti-corruption (LABEL CGEM)	D : Amélioration des conditions d'emploi et de travail et les relations professionnelles (LABEL CGEM)	TOTAL
Part A	0	1	0	0	1
Part B	1	1	0	0	2
Part C	1	1	0	1	3
Part D	0	1	0	1	2
Part E	0	1	0	1	2
Part F	0	1	0	1	2
Part G	0	1	0	1	2
Part H	0	1	1	1	3
Part I	0	1	0	0	1
Part J	1	1	1	1	4
Part K	1	0	0	0	1
Nombre de réponse	4	10	2	7	23
% de réponse	17,39%	43,48%	8,70%	30,43%	100%

Source : Extraits des entretiens

Les résultats montrent que la rémunération juste constitue le critère de conformité sociale le plus valorisé par les participants (35 %), soulignant l'importance de l'équité et de la transparence salariale pour renforcer la satisfaction et la confiance des salariés. Les horaires de travail justes occupent la deuxième position (30 %), ce qui met en évidence l'importance accordée à des conditions de travail équilibrées et respectueuses des droits des employés. La santé et la sécurité au travail sont également reconnues comme importantes (20 %), reflétant la nécessité de garantir un environnement de travail sûr et favorable au bien-être des salariés. Enfin, la non-discrimination apparaît comme le critère le moins prioritaire (15 %), bien qu'elle demeure essentielle pour promouvoir un environnement de travail inclusif et respectueux. Ces résultats montrent que les salariés accordent une importance particulière aux conditions matérielles et organisationnelles du travail, notamment à la rémunération et aux horaires, tout en reconnaissant le rôle des entreprises dans la promotion d'un environnement de travail équitable et sécurisé.

4.1.3. Perceptions de l'engagement affectif

Le tableau ci-dessous présente les résultats relatifs aux perceptions de l'engagement affectif au sein de l'entreprise.

Tableau 3 : Éléments Clés de l'Engagement Affectif

Engagement Affectif	A : Attachement	B : Choix	C : Implication	D : Désir	TOTAL
Part A	1	1	0	0	2
Part B	1	1	0	0	2
Part C	1	1	1	0	3
Part D	1	0	0	0	1
Part E	1	1	1	0	3
Part F	0	0	0	0	0
Part G	0	0	0	1	1
Part H	0	0	0	0	0
Part I	1	1	0	1	3
Part J	0	0	1	0	1
Part K	1	1	0	0	2
Nombre de réponse	7	6	3	2	18
% de réponse	38,89%	33,33%	16,67%	11,11%	100%

Source : Extraits des entretiens

L'attachement constitue le critère le plus important de l'engagement affectif (38,89 %), traduisant le lien émotionnel fort des employés avec leur entreprise. Le choix de rester dans l'organisation arrive en deuxième position (33,33 %), soulignant l'importance du sentiment d'autonomie et de décision volontaire dans la relation de travail. L'implication est mentionnée par 16,67 % des participants, reflétant la contribution des employés aux activités de l'entreprise, tandis que le désir de rester est cité par 11,11 % des répondants. Ces résultats montrent que l'engagement affectif des salariés repose principalement sur l'attachement

émotionnel et la volonté personnelle de rester au sein de l'organisation, les autres dimensions étant perçues comme complémentaires.

4.1.4. Perceptions de l'engagement calculé

Le tableau ci-dessous présente les résultats relatifs aux perceptions de l'engagement calculé au sein de l'entreprise.

Tableau 4: Éléments Clés de l'Engagement Calculé

Engagement Calculé	A : Progresser	B : Augmentation de salaire	TOTAL
Part A	1	1	2
Part B	1	1	2
Part C	1	0	1
Part D	0	0	0
Part E	1	0	1
Part F	0	1	1
Part G	1	0	1
Part H	1	0	1
Part I	1	0	1
Part J	0	0	0
Part K	0	0	0
Nombre de réponse	7	3	10
% de réponse	70%	30%	100%

Source : Extraits des entretiens

La progression professionnelle constitue le facteur le plus déterminant de l'engagement calculé (70 %), indiquant que les opportunités de développement de carrière jouent un rôle essentiel dans la décision des employés de rester au sein de l'entreprise. L'augmentation de salaire est mentionnée par 30 % des participants, ce qui montre que la rémunération reste un élément motivant, mais qu'elle est perçue comme moins prioritaire que les perspectives d'évolution professionnelle. Ces résultats soulignent que l'engagement calculé des salariés repose principalement sur l'évaluation des opportunités de carrière offertes par l'organisation.

4.1.5. Perceptions de l'engagement normatif

Le tableau suivant présente les résultats concernant les perceptions de l'engagement normatif au sein de l'entreprise. Les résultats montrent que l'engagement normatif est relativement faible parmi les participants. Le sentiment d'obligation est mentionné par 16,67 % des répondants, indiquant que seule une minorité d'employés ressent une responsabilité morale envers l'entreprise. La contrepartie financière est évoquée par 33,33 % des participants, ce qui suggère que l'engagement est parfois perçu comme un échange fondé sur la rémunération et les avantages professionnels. En revanche, la notion de devoir n'est pratiquement pas citée, ce qui montre que l'attachement moral à l'organisation reste limité. Ces résultats indiquent que l'engagement des salariés repose davantage sur des considérations pragmatiques que sur un sentiment d'obligation morale envers l'entreprise.

Tableau 5: Éléments clés de l'engagement calculé

Engagement Normatif	A : Devoir	B : Sentiment d'obligation	C : Contrepartie financière	TOTAL
Part A	0	0	0	0
Part B	0	0	1	1
Part C	0	0	0	0
Part D	1	0	0	1
Part E	1	0	1	2
Part F	0	0	1	1
Part G	0	1	0	1
Part H	1	0	0	1
Part I	1	0	0	1
Part J	1	1	0	2
Part K	1	0	1	2
Nombre de réponse	6	2	4	12
% de réponse	50%	16,67%	33,33%	100 %

Source : Extraits des entretiens

4.2. Résultats quantitative

Après la réalisation de l'étude qualitative, nous avons procédé à une étude quantitative afin de tester empiriquement les relations entre les variables étudiées. Pour ce faire, un questionnaire a été élaboré et diffusé auprès d'entreprises marocaines selon une méthode d'échantillonnage non probabiliste de type boule de neige. Au total, 217 réponses exploitables ont été obtenues et retenues pour l'analyse statistique.

4.2.1. AFE de la dimension Ethique

La mesure de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) et le test de sphéricité de Bartlett font ressortir un indice de KMO élevé de 0,794. Ceci indique qu'il existe une solution factorielle statistiquement acceptable et qui représente les relations entre les variables. Ainsi, les deux indices sont satisfaisants, ce qui est de nature à justifier le recours à l'analyse factorielle en composantes principales.

Tableau 6 : Indice KMO et test de Bartlett de la dimension « Ethique »

Indice KMO et test de Bartlett		
Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.	,794	
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approximé	328,976
	ddl	6
	Signification de Bartlett	,000

Ce construit est unidimensionnel. Le facteur extrait a une valeur propre égale à 2,670 et restitue 66,75 % de variance expliquée.

Tableau 7 : Variance totale expliquée de la dimension « Ethique »

Variance totale expliquée						
Composante	Valeurs propres initiales			Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
	Total	% de la variance	% cumulés	Total	% de la variance	% cumulés
1	2,670	66,753	66,753	2,670	66,753	66,753
2	,561	14,013	80,766			
3	,452	11,298	92,064			
4	,317	7,936	100,000			
Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.						

Source : Sortie SPSS

La valeur prise par l'alpha de Cronbach (0,83) confirme la cohérence interne élevée de ce construit. Ainsi, ce facteur donne lieu à une dimension de recherche « AS_ETH ». Celle-ci, pondérée par le facteur score, est distribuée normalement.

Tableau 8 : Test de fiabilité de la dimension « Ethique »

Statistiques de fiabilité		
Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments normalisés	Nombre d'éléments
,831	,833	4

Source : Sortie SPSS

4.2.2. AFE de la dimension Conformité sociale

La mesure de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) est de **0,746**, indiquant une adéquation satisfaisante de l'échantillonnage pour l'analyse factorielle. Ce résultat suggère que les corrélations partielles entre les variables sont modérées et que l'analyse factorielle est appropriée.

Tableau 9 : Indice KMO et test de Bartlett de la dimension « Conformité Sociale »

Indice KMO et test de Bartlett	
Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.	,746
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approximé
	ddl
	Signification de Bartlett
	176,272
	6
	,000

Source : Sortie SPSS

L'analyse en composantes principales révèle une structure principalement unidimensionnelle. La première composante présente une valeur propre de 2,227 et explique 55,67 % de la variance totale, ce qui indique qu'elle capte une part importante de l'information contenue dans les items. Les autres composantes ayant des valeurs propres inférieures à 1, seule la première composante est retenue, confirmant l'existence d'un facteur principal expliquant le construit.

Tableau 10 : Variance totale expliquée de la dimension « Conformité Sociale »

Variance totale expliquée						
Composante	Valeurs propres initiales			Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
	Total	% de la variance	% cumulés	Total	% de la variance	% cumulés
1	2,227	55,669	55,669	2,227	55,669	55,669
2	,727	18,184	73,853			
3	,575	14,376	88,229			
4	,471	11,771	100,000			
Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.						

Source : Sortie SPSS

La valeur de l'alpha de Cronbach (0,731) indique une cohérence interne acceptable du construit évalué. Avec 4 items, cette valeur montre que les éléments du construit sont relativement homogènes et mesurent bien le même concept.

Tableau 11 : Test de fiabilité de la dimension « Conformité Sociale »

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,731	4

Source : Sortie SPSS

4.2.3. AFE de la dimension Engagement affectif

La mesure KMO (0,500) et le test de sphéricité de Bartlett indiquent que les données sont adéquates pour une analyse factorielle. Bien que l'indice KMO soit modéré, il confirme que les variables présentent un niveau de corrélation suffisant pour poursuivre l'analyse.

Tableau 12 : Indice KMO et test de Bartlett de la dimension « Engagement Affectif »

Indice KMO et test de Bartlett		
Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.		,500
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approximé	40,641
	ddl	1
	Signification de Bartlett	,000

Source : Sortie SPSS

Ce construit est unidimensionnel. Le facteur extrait a une valeur propre égale à 1,415 et restitue 70,77 % de la variance expliquée.

Tableau 13 : Variance totale expliquée de la dimension « Engagement Affectif »

Variance totale expliquée						
Composante	Valeurs propres initiales			Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
	Total	% de la variance	% cumulés	Total	% de la variance	% cumulés
1	1,415	70,773	70,773	1,415	70,773	70,773
2	,585	29,227	100,000			
Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.						

Source : Sortie SPSS

La valeur prise par l'alpha de Cronbach (0,587) confirme la cohérence interne modérée de ce construit.

Tableau 14 : Test de fiabilité de la dimension « Engagement Affectif »

Statistiques de fiabilité		
Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments normalisés	Nombre d'éléments
,587	,587	2

Source : Sortie SPSS

4.2.4. AFE de la dimension engagement calculé

La mesure KMO (0,715) et le test de sphéricité de Bartlett confirment que les données sont suffisamment corrélées et que l'analyse factorielle est statistiquement acceptable.

Tableau 15 : Indice KMO et test de Bartlett de la dimension « Engagement calculé »

Indice KMO et test de Bartlett		
Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.		,715
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approximé	238,294
	ddl	3
	Signification de Bartlett	,000

Source : Sortie SPSS

Ce construit est unidimensionnel. Le facteur extrait a une valeur propre égale à 2,225 et restitue 74,18 % de variance expliquée.

Tableau 16 : Variance totale expliquée de la dimension « Engagement Calculé »

Variance totale expliquée						
Composante	Valeurs propres initiales			Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
	Total	% de la variance	% cumulés	Total	% de la variance	% cumulés
1	2,225	74,182	74,182	2,225	74,182	74,182
2	,435	14,503	88,685			
3	,339	11,315	100,000			
Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.						

Source : Sortie SPSS

La valeur prise par l'alpha de Cronbach (0,825) confirme la cohérence interne satisfaisante de ce construit.

Tableau 17 : Test de fiabilité de la dimension « Engagement Calculé »

Statistiques de fiabilité		
Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments normalisés	Nombre d'éléments
,825	,826	3

Source : Sortie SPSS

4.2.5. AFE de la dimension Engagement normatif

La mesure de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) est de **0,500**, ce qui indique une précision d'échantillonnage relativement faible mais acceptable pour une analyse factorielle.

Tableau 18 : Indice KMO et test de Bartlett de la dimension « Engagement Normatif »

Indice KMO et test de Bartlett		
Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.		,500
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approximé	79,527
	ddl	1
	Signification de Bartlett	,000

Source : Sortie SPSS

Ce construit est unidimensionnel. Le facteur extrait a une valeur propre égale à **1,557**, et il restitue **77,83 %** de la variance expliquée.

Tableau 19 : Variance totale expliquée de la dimension « Engagement Normatif »

Variance totale expliquée						
Composante	Valeurs propres initiales			Extraction Sommes des carrés des facteurs retenus		
	Total	% de la variance	% cumulés	Total	% de la variance	% cumulés
1	1,557	77,829	77,829	1,557	77,829	77,829
2	,443	22,171	100,000			
Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.						

Source : Sortie SPSS

La valeur de l'alpha de Cronbach, qui est de **0,714**, indique une cohérence interne modérée pour ce construit.

Tableau 20 : Test de fiabilité de la dimension « Engagement Normatif »

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,714	2

5. Discussion des résultats

L'analyse des résultats issus de notre étude met en évidence une cohérence notable entre les perceptions des salariés recueillies lors des entretiens semi-directifs et les données quantitatives obtenues à travers le questionnaire. L'étude qualitative a révélé que les pratiques environnementales durables constituent la dimension la plus valorisée de la responsabilité sociétale des entreprises, ce qui traduit une sensibilité accrue aux enjeux écologiques et à la durabilité. Les salariés mettent en avant des actions concrètes telles que la réduction, le recyclage des déchets et le choix de fournisseurs respectueux des normes éthiques et environnementales. Cette importance accordée à la dimension environnementale se retrouve dans l'analyse quantitative, où la dimension « Éthique » est unidimensionnelle et restitue une variance élevée, confirmant que ces pratiques sont perçues comme un élément central et homogène des initiatives RSE des entreprises marocaines. En parallèle, l'amélioration des conditions d'emploi et des relations professionnelles est identifiée comme un critère majeur, soulignant l'attention portée au bien-être des employés et à la qualité des interactions au sein de l'organisation. Les entretiens montrent que le respect des normes légales, la santé et sécurité au travail ainsi que l'organisation d'activités contribuant au développement durable sont perçus comme des leviers essentiels pour un climat de travail sain. Les résultats quantitatifs corroborent cette observation, avec une cohérence interne satisfaisante et une structure factorielle unidimensionnelle.

Concernant l'engagement des salariés, l'étude qualitative met en lumière une distinction claire entre les différents types d'engagement. L'engagement affectif repose principalement sur l'attachement émotionnel à l'entreprise et le choix volontaire de rester. Les participants expriment que leur identification à l'organisation et leur alignement avec ses valeurs motivent leur implication, ce qui est cohérent avec les résultats quantitatifs où la dimension « Engagement Affectif » présente une structure unidimensionnelle. Pour l'engagement calculé, les résultats qualitatifs et quantitatifs convergent de manière nette : la progression professionnelle constitue le facteur déterminant. Les salariés évaluent leur engagement en fonction des opportunités d'évolution offertes par l'entreprise, tandis que l'augmentation de salaire, bien qu'appréciée, est considérée comme moins prioritaire. L'analyse factorielle montre une forte variance expliquée et un alpha de Cronbach élevé, ce qui confirme la solidité et la cohérence de cette dimension.

L'engagement normatif, quant à lui, apparaît relativement faible. La majorité des salariés ne perçoit pas leur fidélité à l'entreprise comme une obligation morale, et le sentiment d'accomplir un devoir est quasiment absent dans les entretiens. La contrepartie financière est mentionnée comme un facteur motivant par certains participants, ce qui indique que l'engagement normatif repose davantage sur des considérations pragmatiques que sur un sentiment de loyauté morale. L'intégration des résultats qualitatifs et quantitatifs permet de dégager plusieurs conclusions importantes. Les salariés valorisent prioritairement les pratiques environnementales et l'amélioration des conditions de travail, reflétant l'importance de la durabilité et du bien-être dans la perception de la responsabilité sociale. Ces résultats soulignent la nécessité pour les entreprises de concevoir des stratégies d'audit social intégrant à la fois des pratiques éthiques, des perspectives d'évolution de carrière et des conditions de travail équitables afin de maximiser l'engagement et la satisfaction des salariés.

6. Conclusion

Cette recherche avait pour objectif d'analyser les perceptions des salariés et des dirigeants concernant les pratiques d'audit social, la conformité sociale et les différentes formes d'engagement organisationnel au sein des entreprises marocaines. En adoptant une approche méthodologique mixte

combinant une étude qualitative fondée sur des entretiens semi-directifs et une étude quantitative basée sur un questionnaire administré auprès de 217 répondants, cette étude a permis de mieux comprendre les dynamiques qui relient les pratiques sociales des entreprises à l'engagement des salariés. Les résultats obtenus mettent en évidence plusieurs enseignements importants. D'une part, les pratiques liées à l'éthique et à la responsabilité sociale occupent une place centrale dans la perception des salariés. Les dimensions environnementales ainsi que l'amélioration des conditions de travail apparaissent comme des éléments déterminants pour renforcer la confiance des employés et favoriser un climat organisationnel positif. Ces résultats montrent que l'audit social ne se limite pas à une simple vérification de conformité aux normes, mais constitue également un outil stratégique permettant d'évaluer et d'améliorer les pratiques sociales de l'entreprise.

D'autre part, l'analyse des différentes formes d'engagement organisationnel révèle des dynamiques différenciées. L'engagement affectif est principalement alimenté par l'attachement émotionnel et le sentiment d'appartenance à l'organisation, tandis que l'engagement calculé repose essentiellement sur les opportunités de progression professionnelle offertes aux salariés. À l'inverse, l'engagement normatif apparaît relativement faible, ce qui suggère que la loyauté des employés envers l'entreprise repose davantage sur des motivations pragmatiques que sur un sentiment d'obligation morale. Sur le plan théorique, cette recherche contribue à enrichir la littérature relative à l'audit social et à l'engagement organisationnel en proposant une analyse intégrée des dimensions éthiques, de conformité sociale et des différentes formes d'engagement des salariés dans le contexte des entreprises marocaines. Elle met en évidence l'importance de considérer l'audit social comme un mécanisme de gouvernance sociale capable d'influencer les perceptions et les comportements des employés.

Sur le plan managérial, les résultats soulignent la nécessité pour les entreprises d'intégrer l'audit social dans leur stratégie de gestion des ressources humaines. En renforçant la transparence des pratiques sociales, en améliorant les conditions de travail et en favorisant les opportunités de développement professionnel, les organisations peuvent non seulement améliorer leur conformité aux normes sociales, mais également renforcer l'engagement et la motivation des salariés. Malgré ces contributions, cette recherche présente certaines limites. L'étude s'est concentrée sur un échantillon d'entreprises marocaines et repose sur une méthode d'échantillonnage non probabiliste, ce qui peut limiter la généralisation des résultats. De plus, l'analyse s'est focalisée sur certaines dimensions de l'engagement organisationnel et de la conformité sociale, sans intégrer d'autres variables susceptibles d'influencer ces relations. Ces limites ouvrent des perspectives intéressantes pour de futures recherches. Des études ultérieures pourraient élargir l'échantillon à différents secteurs d'activité ou comparer les résultats entre plusieurs pays afin d'examiner l'influence du contexte institutionnel et culturel. Par ailleurs, l'intégration d'autres variables organisationnelles, telles que le leadership, la culture organisationnelle ou encore la transformation digitale, pourrait permettre d'approfondir la compréhension des mécanismes par lesquels l'audit social contribue à renforcer l'engagement des salariés et la performance globale des entreprises.

Références

- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1–18.
- Capron, M., & Quairel, F. (2004). *Mythes et réalités de l'entreprise responsable : Acteurs, enjeux et stratégies*. La Découverte.

- Capron, M., & Quairel-Lanoizelée, F. (2007). *La responsabilité sociale d'entreprise*. La Découverte.
- Dosse, F. (1995). *L'empire du sens : L'humanisation des sciences humaines*. La Découverte.
- El Amili, O., & El Harrane, A. (2021). Social compliance and labor standards in global supply chains: Evidence from emerging economies. *International Journal of Business and Management Studies*, 13(2), 45–62.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- Habriche, M. (2016). La conformité sociale comme levier de gouvernance des entreprises. *Revue Internationale de Management*, 12(3), 45–59.
- Igalens, J., & Joras, M. (2002). *La responsabilité sociale de l'entreprise : Comprendre, rédiger le rapport annuel*. Éditions d'Organisation.
- Igalens, J. (2008). *Audit social : Enjeux, méthodes et pratiques*. Eyrolles.
- Lordon, F. (2003). La responsabilité sociale des entreprises : Une perspective critique. *Revue de la Régulation*, 5(1), 45–58.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89.
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L., & Topolnytsky, L. (2002). Affective, continuance and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates and consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 61(1), 20–52.
- Peretti, J. M. (2015). *Ressources humaines et gestion des personnes*. Vuibert.
- Rousseau, D. M. (1995). *Psychological contracts in organizations: Understanding written and unwritten agreements*. Sage Publications.
- Steers, R. M. (1977). Antecedents and outcomes of organizational commitment. *Administrative Science Quarterly*, 22(1), 46–56.
- Thévenot, L. (1990). L'action qui convient. *Revue Française de Sociologie*, 31(1), 39–69.
- Foreign Trade Association. (2014). *BSCI code of conduct*. <https://www.amfori.org>
- Confédération Générale des Entreprises du Maroc. (2020). *Label RSE de la CGEM : Référentiel et principes*. <https://www.cgem.ma>