

**UNIVERSITÉ INTERNATIONALE DE YAMOUSSOUKRO**

*Département des Sciences de l’Information & de la Communication*

**MINI-MÉMOIRE DE LICENCE**

**Mention :** Sciences de la Communication

*Option*: Journalisme TV

**LA DYNAMIQUE DE LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES DANS LA CONSTRUCTION DE L’IMAGE DE MARQUE DE MOBILE TÉLÉCOMMUNICATIONS NETWORK (MTN CI) EN CÔTE D’IVOIRE**

**Présenté par : Dirigé par :**

Mlle. GOUEGONE Orianne Emmanuela

DOCTEUR KHAN KOUAME

MAITRE-ASSISTANT

**Année Académique 2023 - 2024**

**LA DYNAMIQUE DE LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES DANS LA CONSTRUCTION DE L’IMAGE DE MARQUE DE MOBILE TÉLÉCOMMUNICATIONS NETWORK (MTN CI) EN CÔTE D’IVOIRE**

**SOMMAIRE**

**DÉDICACE 05**

REMERCIEMENTS 06

**INTRODUCTION GÉNÉRALE 07**

**CHAPITRE I : CADRE THÉORIQUE 08**

I-Justification du choix du sujet 08

II- Définition des mots clés 08

III- Revue critique de la littérature 09

IV- Problématique 11

V- Objectifs de Recherche 12

VI-Cadre de référence théorique 13

**CHAPITRE II : APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE 14**

I- Champ d’investigation 14

II- Échantillonnage et taille de l’échantillonnage 14

III- Technique de collecte de données 15

IV- Approche d’analyse 16

V- Difficultés et limites de l’étude 17

VI- Plan de rédaction 18

**CONCLUSION 19**

BIBLIOGRAPHIE 20

TABLE DES MATIÈRES 21

Je dédie ce travail à mon grand-père DORE TONY.

**REMERCIEMENTS**

Nous voulons exprimer notre gratitude à l’endroit de notre directeur de mémoire, Docteur KHAN KOUAME, qui nous a consacrée de son temps et qui nous a apportée son expertise afin que nous puissions parfaire notre mini- mémoire. Ses conseils et encouragements ont été pour nous une source de motivation. Nous remercions aussi monsieur le référant scientifique, Professeur OULAI Jean Claude pour les séminaires organisés afin de nous donner les directives pour l’écriture de notre mini -mémoire et pour ses conseils qui ont été pour nous une force. Nous sommes également reconnaissants au corps enseignant et à l’administration générale de notre université pour les efforts consentis afin que les cours soient dispensés dans des conditions plus que favorables.

Nous ne saurons terminer sans remercier monsieur et madame GOUEGONE pour les prières portées à notre égard.

**INTRODUCTION GÉNÉRALE**

Les entreprises désireuses de mettre en place des initiatives sociales, environnementales, économiques afin d’améliorer leurs stratégies de communication ont fait appel à un concept dénommé RSE, qui signifie la Responsabilité Sociale des Entreprises. Cette notion est apparue pour la toute première fois dans les années 1960 dans la littérature Anglo -américaine, avec pour père fondateur HOWARD BOWEN, un économiste américain. Les objectifs de la RSE se situent à trois niveaux :

* premièrement au plan économique, elle permet d’assurer une bonne qualité des services, l’amélioration de l’efficacité et l’optimisation des coûts.
* Ensuite, au plan social, elle vise l’amélioration des conditions de travail pour les salariés et le renforcement de l’égalité.
* Enfin, au plan environnemental, la limitation de la production des déchets et l’utilisation des ressources naturelles.

Toutes ces actions permettent à l’entreprise de se faire connaître, de se démarquer des autres entreprises. . Pour que nous puissions mieux comprendre le principe de la RSE, nous décidons de l’étudier au sein d’une entreprise, plus précisément Mobile Téléphonie Network ( MTN).

C’est une entreprise spécialisée dans la téléphonie mobile, elle a vu le jour en 1994. Cette entreprise est présente dans vingt-deux pays d’Afrique et aussi au moyen orient. En matière de RSE, cette entreprise est un modèle, car elle a été honorée par l’institut Afrique Amérique (AAL)à New York avec le prix de responsabilité sociale des entreprises. Elle contribue à travers sa fondation lancée le 06 juillet 2006 a l’autonomisation des jeunes filles et des femmes, elle investit plus de six milliards de francs CFA dans les projets sociaux et à l’appui aux priorités nationales, elle a aussi octroyé des bourses et construit des écoles, elle a mis en place des programmes de sensibilisation de cliniques mobiles, elle œuvre aussi afin de réduire la fracture numérique qui permet l’accès pour tous à internet. Toutes ses actions ont eu des répercussions positives sur cette entreprise, car cela lui a permis d’avoir une bonne réputation, d’attirer et de fidéliser la clientèle, et de se distinguer de ses concurrents en démontrant son engament envers la durabilité et l’impact social positif. Pour mener à bien cette étude, notre démarche sera subdivisée en trois étapes. Nous débuterons avec le cadre théorique dans le chapitre premier, ensuite nous aborderons le cadre méthodologique de l’étude et enfin, nous terminerons avec l’esquisse du plan de rédaction.

1 <https://www.capitainecontrat.com> consulté le 08-03-2024 à 19 h 30

2 [https://lerecruteur.lefigarofr](https://lerecruteur.lefigarofrm) consulté le 08-03-2024 à 19 h 35

3 [https://africabnew.com](https://africabnew.comr) consulté le 08-03-2024 à 19 h 40

**CHAPITRE I : CADRE THÉORIQUE DE L’ÉTUDE**

1. **JUSTIFICATION DU CHOIX DU SUJET**

La justification du choix de notre sujet se fera à deux niveaux : au niveau social et scientifique

**I-1Intérêt social**

**I-2 Intérêt scientifique**

Les études sur l’engagement social des entreprises sont multiples. Par contre celles qui s’intéressent aux problématiques africaines ne sont pas si nombreuses. Cette étude dans ses grandes conclusions permettra d’enrichir le nombre des études déjà réalisées sur la thématique globale de la RSE en contexte Africain afin de pouvoir comprendre les facteurs qui freinent ou activent la mise en œuvre de la démarche RSE au sein des organisations locales.

1. **DÉFINITION DES MOTS CLÉS**

La compréhension de ce projet de mémoire repose en grande partie sur les mots clés qui le composent. Cette section consiste à faire une revue sémantique des concepts de RSE, d’image de marque et de communication des organisations, etc.

II.1 Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) :

La RSE est, selon le dictionnaire Larousse, l’ensemble des pratiques qu’adoptent les entreprises désireuses d’intégrer les préoccupations sociales, environnementales et éthiques dans leurs activités et leurs stratégies. Le ROBERT (année ?) définit plutôt la RSE comme un sigle de responsabilité sociale ou sociétale de l’entreprise. Lewiss Carroll (année ?), romancier, définit la RSE comme ce que la société attend à un moment donné des organisations en matière économique, éthique, légale et volontaire. Pour HOWARD BOWEN (année ?), la RSE est une discipline transversale. Selon FRIEDMAN, la responsabilité sociale des entreprises est de se faire des profits. Zenisek nous dit que la RSE est un comportement éthique. Aussi ARCHIE CARROLL (Année ?), a proposé un modèle de RSE qui comprend quatre responsabilités économique, légale, philanthropique souvent représenter sous la forme d’un modèle en forme de pyramide. PETER DRUCKER (année ?), définit la RSE comme une stratégie commerciale à long terme plutôt que comme une simple obligation morale ARCHIE CARROL. , nous dit que la RSE, comprend le volet économique légale éthique et philanthropique. Pour notre part, la RSE est perçue comme l’ensemble des initiatives, économiques, sociales et environnementales mises en place par une entreprise afin de contribuer au bien-être de la société.

**II.2** **L’image de marque**

selon DAVID AaKER (année ?), l’image de marque est un ensemble d’associations et de perceptions dans l’esprit des consommateurs qui différencient une marque des autres et influencent leur comportement d’achat.

KEVIN LANE KELLER (année ?) définit l’image de marque comme la force ou la faiblesse des associations positives et cohérentes pour construire une marque solide .Philip kotler définit l’image de marque comme un actif marketing crucial englobant les perceptions, les croyances et les attitudes des consommateurs envers ,une marque ainsi que la manière dont elle se positionne par rapport à ses concurrents .Kapferer voit l’image de marque comme la somme totale des impressions qui sont dans l’esprit des individus ,soulignant l’importance de la gestion stratégique et cohérente de ces impressions pour construire une marque forte.

1 [https://www.Larousse.fr](https://www.Larousse.frm) consulté le 18-05-2024 à 9 h 12

2 <https://www.researchgate.net> consulté le 18-05-2024 à 9 h 18

3 [https://www.cairn.info](https://www.cairn.infom)consulté le 18-05-2024 à 9 h 39

4 https://revueIS9.com consulté le 18-05-2024 à 19 h 30

5 [https://www.google.com//url?q=https//www.bee-yoo.com/la-pyramide-de-carroll](https://www.google.com/url?q=https//www.bee-yoo.com/la-pyramide-de-carroll) consulté le 18-05-2024 à 9 h 18

**III- REVUE CRITIQUE DE LA LITTÉRATURE**

Plusieurs aeurs ont abordé la question de la RSE.

ARCHIE B. CARROL (année, page ?), dans son œuvre intitulée THE PYRAMID OF CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY fait comprendre que la RSE a été créée pour répondre aux attentes de la société. La RSE a évolué dans la mesure où les entreprises ne se limitent plus à leurs responsabilités économiques, mais touchent aussi aux responsabilités sociales et environnementales.

Ensuite PHILIP KOTLER et NANCY LEE, dans CORPORATE SOCIAL DOING THE MOST GOOD FOR YOUR COMPANY AND YOUR CAUSES. Nous informent que la RSE fut créer en raison des pressions croissantes exercées sur les entreprises pour qu’elles assument leurs responsabilités sociales et environnementales. Elle a évolué dans la mesure où les entreprises prennent en compte les attentes des consommateurs.

Enfin JOHN ELKINGTON, avec son concept des TRIPPLE BOTTOM LINE, nous fait comprendre qu’au-delà de l’aspect financier, nous devons prendre en compte les volets sociaux et environnementaux et les concilier.

Passons au second aspect de notre revue critique, la RSE perçue comme une approche philosophique.

Premièrement, Thomas Maak, dans son livre intitulé RESPONSIBALE LEADERSHIP, analyse comment les dirigeants intègrent les valeurs éthiques et durables dans leurs prises de décisions et leurs gestions des entreprises.

Ensuite PETER SINGER, dans son œuvre ETHICS IN THE REAL WORD, nous dit que la RSE peut être justifiée par le principe utilitariste selon lequel les actions doivent maximiser le bien être global.

Enfin EMMANUEL KANT à développer une approche déontologique qui stipule que les entreprises ont la responsabilité de respecter les droits et la dignité des individus ainsi que de suivre les règles éthiques strictes, indépendamment des conséquences ou des résultats, et leur accorder du respect.

Au terme de notre revue critique, nous avons abordé divers points comme l’origine et l’évolution de la RSE, ainsi que la RSE en tant qu’approche philosophique

1<https://jcsr.springeropen> consulté le 21-05-2024 à 10H13

2 <https://www.rootlege.com> consulté le 21-05-2024 à 10 h 30

**IV- PROBLÉMATIQUE**

Le secteur des télécommunications en Côte d’Ivoire est marqué par une forte concurrence avec plusieurs opérateurs offrant les mêmes services. Pour, se démarquer l’entreprise MTN décide d’investir dans les initiatives de responsabilités sociétales des entreprises afin de contribuer positivement à la société ivoirienne. Plusieurs actions sont donc réalisées l’entreprise au bénéfice des populations ivoiriennes sans que le retour sur investissement immédiat ne soit visible. MTN s’est en effet investi dans la création d’une fondation oeuvrant dans le social et l’éducation. On lui attribue la création des centres d’éducation numériques

. :comment la dynamique de la responsabilité sociétale des entreprises contribue-t-elle a la construction de l’image de marque de mobile télécommunication network en Côte d’Ivoire ?En vude répondre à cette question, nous examinerons les questions suivantes :quelles sont les perceptions des différentes parties prenantes ?comment la communication des actions RSE par MTN influence-t-elle la renaissance et l’appréciation de sa marque en Côte d’Ivoire ?

**V- OBJECTIF DE RECHERCHE**

En inscrivant ce travail dans une approche inductive, plusieurs objectifs ont été identifiés afin de parvenir à des résultats solides.

**V.1. Objectif général**

De façon générale, il s’agit de montrer comment l’intégration d’une démarche écoresponsable dans la stratégie globale de l’entreprise peut permettre d’influencer positivement la construction de son image de marque dans un marché de la téléphonie mobile hautement concurrentiel.

**V.2. Objectifs spécifiques**

* De façons spécifiques, il s’agit de :
* -Décrire les actions de RSE réalisées par MTN depuis son implantation en Côte d’Ivoire,
* recueillir les perceptions des parties prenantes sur ces actions de RSE engagées,
* analyser la communication autour de ces actions afin d’évaluer leur impact dans la vulgarisation de l’image écoresponsable de l’entreprise MTN

**VI- CADRE DE RÉFÉRENCE THÉORIQUE**

Afin de mieux expliquer les implications de ce sujet, nous avons inscrit la compréhension de ce sujet dans le champ des théories des représentations sociales avec une insistance spécifique sur les approches relatives aux problématiques de l’image de marque et de l’identité de marque.

* La théorie de l’image de marque

C’est une théorie mise en place par David Aaker et Kevin Keller (année ?), est un ensemble complexe multidimensionnel de perception résultant d’une élaboration mémorielle de la part du consommateur. Pour développer cette théorie, il y a eu l’ajout des concepts comme la gestion de la marque basée sur les ressources et la gestion de la marque par l’expérience. Cette théorie est appliquée dans les domaines comme le marketing et la gestion d’entreprise. Pour Aaker une image de marque repose sur plusieurs dimensions : les attributs, les avantages, les valeurs, la personnalité et les associations. Ces dimensions sont très efficaces pour se démarquer de la concurrence. Dans le cadre de notre étude, elle sert à comprendre comment les entreprises peuvent créer et gérer une image positive auprès de leurs cibles, elle permet de développer des stratégies pour façonner l’identité d’une entreprise, communiquer ses valeurs et ses avantages concurrentiels et créer une relation de confiance avec les consommateurs, et de la rendre unique. C’est aussi un moyen de fidélisation de la clientèle, faciliter les partenariats et les collaborations, avec d’autres entreprises et aussi d’innover afin de hisser sa marque au sommet, de la faire aimer et la faire convoiter.

### La théorie des parties prenantes

### Cette théorie a été mise en place en 1984 par Freeman, elle consiste à prendre en compte les intérêts des actionnaires, des employés et des clients. A identifier leurs besoins et à mettre en place des stratégies pour les satisfaire. Dans le cadre de notre sujet, elle nous permet de connaître les attentes de nos parties prenantes afin d’en tenir compte dans la réalisation de nos actions. À travers cette théorie, nous faisons de ces personnes notre priorité.et s’ils sont conquis l’entreprise sera assez fructueuse dans ses affaires et cela contribuera à l’accroissement de la notoriété de l’entreprise et cela va attirer de plus en plus de personnes et cela augmentera leurs chiffres d’affaires et l’entreprise va prospérer et surtout se démarquer de la concurrence

**CHAPITRE II : APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE**

**I- CHAMP D’INVESTIGATION**

**I-1 Champ Géographique**

Le champ géographique est l’espace qui fera l’objet d’investigation. Notre étude se fera dans le district autonome d’Abidjan, capitale économique de la Côte d’Ivoire abritant le siège économique de MTN. Nous orienterons notre travail dans les communes du plateau, Adjamé et Cocody. Notre choix s’est porté sur cette ville à cause de sa démographie qui est de 29328816 habitants.

**I-2 Champ Sociologique**

Le champ sociologique est la portion de la société sur laquelle se fera notre enquête. Nous avons choisi la ville d’Abidjan composé de et parmi eux, nous choisiront les personnes susceptibles de nous aider dans notre étude, qui sont autres que les employés de l’entreprise MTN et ses abonnés qui vont nous aider à comprendre comment la RSE influence positivement la réputation de l’entreprise.

**II- ÉCHANTILLONNAGE ET TAILLE DE L’ÉCHANTILLON**

C’est une méthode de collecte des données qui implique de poser des questions à un échantillon de personnes pour obtenir des informations sur un sujet. Dans le cadre de notre sujet, cette méthode est bénéfique, car elle nous permet de décrire statistiquement les perceptions des parties prenantes sur la démarche RSE de l’entreprise MTN.

**II-1 Échantillonnage**

.

**II-2 Taille de l’échantillon (reprendre cette partie)**

Pour obtenir les informations pertinentes utile à notre sujet, nous avons décidé d’interroger 20 personnes qui Sont les parties prenantes administrateurs MTN, Clients, populations bénéficiaires des actions de RSE) ). Au sein de l’entreprise nous allons prendre l’avis des responsables des départements marketing,

**III- TECHNIQUES DE COLLECTES DE DONNÉES**

Ce projet de recherche s’inscrit dans une double approche qualitative et quantitative. Pour atteindre l’objectif de comprendre les déterminants des perceptions des parties prenantes liées à la mise en œuvre des actions de RSE par l’entreprise MTN, nous envisageons convoquer l’entretien semi-directif, la recherche documentaire, l’observation et le questionnaire comme outils de collecte de données.

**III.1 L’entretien**

Afin de comprendre la démarche stratégique de l’entreprise en matière de RSE, nous avons envisagé d’interroger certains administrateurs (02) en charge des politiques RSE.

L’idée est d’appréhender de façon profonde l’orientation majeure de la stratégie globale de l’entreprise en matière d’engagement responsable.

**III.2 L’observation**

L’observation est une technique qui consiste à recueillir les données en observant directement les comportements les interactions ou les phénomènes sur le terrain. Dans le cadre de notre étude, l’observation permet d’évaluer les actions RSE engagées par l’entreprise.

**III.3. La recherche documentaire**

La recherche documentaire est une méthode utilisée pour collecter des informations à partir de diverses sources écrites tels que les articles et les revues spécialisées. Dans le cadre de notre étude, la recherche documentaire permet d’élaborer des politiques et des stratégies et de, collecter des informations pertinentes en vue d’enrichir notre projet

**III.4. Le questionnaire**

C’est une méthode de collecte des données qui implique de poser des questions à un échantillon de personnes pour obtenir des informations sur un sujet. Dans le cadre de notre sujet, cette méthode est bénéfique, car elle nous permet de décrire statistiquement les perceptions des clients et des populations bénéficiaires des actions RSE afin de comprendre les implications de ces perceptions sur l’image globale de l’entreprise.

**IV- APPROCHE D’ANALYSE**

Dans notre étude, nous utiliserons deux approches d’analyses qui nous permettrons de comprendre nos données recueillir après enquêtes, ce sont : l’approche mixte et l’analyse de contenu

**IV-1 l’analyse de contenu**

L'analyse de contenu est une méthode de recherche qui permet d'analyser et d'interpréter le contenu d'un texte, qu'il s'agisse de documents écrits, d'entretiens, de discours, de médias sociaux, etc. Elle vise à extraire des informations significatives et des tendances à partir du contenu textuel. Dans le cadre de notre sujet, elle vise à examiner les données issues des entretiens avec les responsables de MTN CI, et les rapports liés à la RSE. Cette méthode permettra in fine de de donner du sens aux opinions sur les valeurs et les stratégies utilisées pour construire l’ image de marque de l’entreprise en matière de RSE.

**IV.2. L’ANALYSE STATISTIQUE DESCRIPTIVE**

**(Utiliser cette technique pour analyser les données issues des questionnaires à diffuser. )**

**V- DIFFICULTÉS ET LIMITES DE L’ÉTUDE**

Durant notre recherche plusieurs, difficultés se sont présentées à nous. Premièrement, nous avons eu du mal à accéder à des ouvrages spécialisés, ensuite l’agencement des idées a été pour nous un réel défi. .

**VI- PLAN DE RÉDACTION**

Notre projet de

**Dans sa phase active, le mémoire sera composé de trois parties essentielles.**

**- La première partie intitulée «**Etat des lieux des actions RSE engagées par MTN CI s’attèlera à faire une cartographie des actions réalisées par MTN en matière de RSE. Cette partie comportera deux chapitres.

La deuxième partie intitulée « Des perceptions des parties prenantes sur les actions de RSE de MTN CI » vise à présenter les résultats des enquêtes menées auprès des populations pour appréhender leur pereption des actions menées par MTN CI. Cette partie comportera également deux chapitres.

Et enfin, la dernière partie intitulée « Des perspectives communicationnelles et actions RSE à MTN Ci vise à analyser la perspective communicationnelles pour accompagner les actions afin d’évaluer leur impact dans la vulgarisation de l’image écoresponsable de l’entreprise MTN CI

**CONCLUSION**

Rappelons que le problème qui nous a menés jusqu’ici était de voir comment l’intégration de la démarche RSE participe à la construction de l’image de MTN sur le marché de la téléphonie mobile en Côte d’Ivoire. De cela, retenons que la mise en place des stratégies RSE au sein d’une entreprise est très importante, car, c’est un moyen pour l’entreprise de se faire du profit et surtout de prospérer. Toutefois, si ces stratégies sont mal appliquées, elle pourrait nuire à l’image de l’entreprise et la conduire à la faillite. Pour éviter, cela nous devons donc associer tous les départements de l’entreprise aux actions RSE et tenir compte de leurs avis et ceux des clients.

**BIBLIOGRAPHIE**

ARCHIE B.CARROL.1991.THE PYRAMID OF CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY

PHILIP KOTLER, NANCY LEE.2005 CORPORATE SOCIAL DOING THE MOST GOOD FOR YOUR COMPANY AND YOUR CAUSES

JOHN ELKINGTON .1994. TRIPPLE BOTTOM LINE

THOMAS.MAAK. 2005.RESPONSIBLE LEADERSHIP

PETER SINGER. 2016.ETHICS IN THE REAL WORD

CHARLES MONNARD. 2014.L ETHIQUE DE LA RESPONSABILITE

1 [https ://www.capitainecontrat.com](https://www.capitainecontrat.com) consulté le 08-03-2024 à 19 h 30

2 [https://lerecruteur.lefigarofr](https://lerecruteur.lefigarofrm) consulté le 08-03-2024 à 19 h 35

3 [https://africabnew.com](https://africabnew.comr) consulté le 08-03-2024 à 19 h 40

1 [https://www.Larousse.fr](https://www.Larousse.frm) consulté le 18-05-2024 à 9 h 12

2 <https://www.researchgate.net> consulté le 18-05-2024 à 9 h 18

3 [https://www.cairn.info](https://www.cairn.infom)consulté le 18-05-2024 à 9 h 39

4 https://revueIS9.com consulté le 18-05-2024 à 19 h 30

5 [https://www.google.com//url?q=https//www.bee-yoo.com/la-pyramide-de-carroll](https://www.google.com/url?q=https//www.bee-yoo.com/la-pyramide-de-carroll) consulté le 18-05-2024 à 9 h 18

1<https://jcsr.springeropen> consulté le 21-05-2024 à 10H13

2 <https://www.rootlege.com> consulté le 21-05-2024 à 10 h 30

**TABLE DES MATIÈRES**

**DÉDICACE 05**

REMERCIEMENTS 06

**INTRODUCTION GÉNÉRALE 07**

**CHAPITRE I : CADRE THÉORIQUE 08**

I-Justification du choix du sujet 08

II- Définition des mots clés 08

III- Revue critique de la littérature 09

IV- Problématique 11

V- Objectifs de Recherche 12

VI-Cadre de référence théorique 13

**CHAPITRE II : APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE 14**

I- Champ d’investigation 14

II- Échantillonnage et taille de l’échantillonnage 14

III- Technique de collecte de données 15

IV- Approche d’analyse 16

V- Difficultés et limites de l’étude 17

VI- Plan de rédaction 18

**CONCLUSION 19**

BIBLIOGRAPHIE 20