

**Univerzita Palackého v Olomouci**  
**Filozofická fakulta**



**L'évaluation de la RSE par méthode KORP dans  
l'entreprise Vodafone, s.a.**

**Bakalářská diplomová práce / Mémoire de Licence**

**Studijní program / Filière:** Francouzština se zaměřením na aplikovanou ekonomii

**Vedoucí práce / Responsable du mémoire :** Mgr. Šárka Koničková

**Autorka / Auteur :** Michaela Šupíková

**Olomouc**

**2013**

Université Palacký d'Olomouc  
Faculté des lettres  
Département des Études romanes

### **Déclaration**

Je déclare que le présent mémoire de Licence « L'évaluation de la RSE par méthode KORP dans l'entreprise Vodafone s.a. » est le résultat de mon propre travail et que toutes les sources bibliographiques utilisées sont citées.

**À Olomouc, le 20 avril 2013**

**Signature :**

## **Remerciement**

Je tiens à remercier madame Šárka Koníčková de m'avoir encouragé tout au long de mon travail et de m'avoir donné des conseils inspirants. Ces bonnes impulsions ont contribué à rédiger ce mémoire.

# Sommaire

<b>Introduction</b> .....	- 6 -
<b>1. Caractéristique de la RSE</b> .....	- 8 -
1.1 La naissance de l'idée et son évolution au cours de temps.....	- 8 -
1.2 Définition du concept.....	- 9 -
1.3 Les piliers du concept.....	- 10 -
1.4 Qui sont les parties prenantes?.....	- 12 -
1.5 Termes souvent confondus avec le concept de la RSE.....	- 14 -
<b>2. Évaluation de la RSE</b> .....	- 17 -
2.1 Modes de vérification de la RSE.....	- 17 -
2.1.1 Codes de comportement.....	- 17 -
2.1.2 Systèmes internes de gestion .....	- 18 -
2.1.3 Publication des informations .....	- 18 -
2.1.4 Étude par les tiers.....	- 18 -
2.2 Critères de la RSE .....	- 19 -
2.3 Effets de la RSE .....	- 20 -
<b>3. Évaluation de la RSE par la méthode KORP</b> .....	- 21 -
3.1 Méthode KORP .....	- 21 -
3.1.1 Tableau des critères et des sous-critères .....	- 22 -
3.1.2 Évaluation ponctuelle de la méthode KORP .....	- 22 -
3.1.3 Attribution par points.....	- 24 -
<b>4. Vodafone, s.a.</b> .....	- 26 -
4.1 Profil de l'entreprise.....	- 26 -
4.2 Évaluation de la RSE par la méthode KORP.....	- 27 -
4.2.1 Pilier économique .....	- 27 -
4.2.2 Pilier social .....	- 33 -
4.2.3 Pilier environnemental .....	- 37 -
4.2.4 Évaluation complète .....	- 42 -
<b>Conclusion</b> .....	- 46 -
<b>Résumé</b> .....	- 46 -
<b>Anotace</b> .....	- 48 -
<b>Annotation</b> .....	- 49 -

**Bibliographie** ..... - 50 -

**Annexes** ..... - 55 -

## Introduction

Ce sont des dizaines des entreprises en République tchèque et des milliers dans le monde entier qui s'enregistrent dans l'index commercial tous les jours.

Il faut se rendre compte que les activités de chaque entreprise ont l'impact non seulement sur la société dans laquelle elles fonctionnent, mais aussi sur son entourage. Le deuxième phénomène actuel à ne pas oublier, c'est la qualité de l'environnement s'aggravant à laquelle ont part dans une certaine mesure les sujets entrepreneuriaux.

C'est pourquoi il existe une tendance de réduire ces impacts d'une découverte de nouvelles voies. Une de ces voies pourrait être l'implémentation du concept de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) dans la philosophie de l'entreprise et dans les principes de gestion de base. Qu'est-ce que ça signifie en pratique ? Ça veut dire que tels entreprises s'efforcent de s'engager volontairement dans la sphère économique, sociale et environnementale dans le but naturel d'atteindre un profit, même si c'est la voie plus longue mais en revanche plus effective.

Le but de mon travail sera évaluer de manière critique en utilisant de la méthode tchèque KORP<sup>1</sup> la mesure de la responsabilité de l'entreprise Vodafone à l'égard de la société, de ses parties prenantes et de l'environnement et puis attirer l'attention à des faiblesses dans les domaines particuliers de la RSE en contribuant de petits conseils à leur amélioration.

L'évaluation sera basée sur l'étude comparative de deux rapports annuels publiés par l'entreprise en se référant à l'évaluation de Eva Jiříčková déjà réalisée en 2010 en cadre de sa mémoire. Comme une base littéraire surtout pour la partie théorique je vais profiter de plusieurs sources bibliographiques s'occupant du concept de la RSE parmi lesquelles je considère comme les plus essentielles les publications de Jana Trnková et de Lucie Kuldová. Pour la partie analytique me serviront non seulement les rapports annuels publiés par l'entreprise, mais aussi le manuel de Alena Plášková qui va me guider tout au long de l'évaluation clé.

---

<sup>1</sup> Korektní podnikání (L'entreprise correcte)

Concernant le plan, je vais premièrement traiter le cadre théorique du concept pour faire comprendre ses principes de base.

Ensuite je paierai l'attention aux différentes manières possibles d'évaluation et du contrôle de ces principes puisque il s'agit d'un préalable nécessaire pour l'existence du concept.

Dans le troisième chapitre je vais indiquer des bases de l'évaluation par la méthode KORP que j'ai choisie comme une méthode cruciale pour l'évaluation de la RSE dans l'entreprise Vodafone, s.a.

Dans la partie finale de la mémoire je vais évaluer la mesure de responsabilité sociale dans l'entreprise Vodafone, s.a. en apportant certaines recommandations pour chaque domaine clé.

# 1 Caractéristique de la RSE

Le premier chapitre décrit les aspects différents de concept de la RSE donc nous comprenons des manières comment nous en définissons, sa valeur, ses piliers de base et les approches critiques qui demeurent.

## 1.1 La naissance de l'idée et son évolution au cours de temps

Kubálková indique dans sa publication *Sociální nebo marketing?* (2008, p.16) que la responsabilité sociale des entreprises a ses racines au 19<sup>me</sup> siècle quand Andrew Carnegie a publié son opinion que les gens riches avaient l'obligation morale de partager leur bien avec les autres. Néanmoins comme année révolutionnaire nous pouvons considérer l'année 1953 quand Howard Bowen sort le livre « Social Responsibilities of the Businessman ». Il y indique la première définition de la responsabilité sociale (2008; p.30) : *«Il s'agit des engagements de l'entrepreneur de réaliser tels méthodes, d'accepter telles décisions ou de suivre telle direction de comportement qui est souhaitable de point de vue des cibles et des valeurs de notre société. »*

D'après Kuldová (2010, p. 12) un grand essor est marqué dans les années 60 et 70 quand nous commençons à discuter plus de ce concept sur le territoire de l'ONU<sup>2</sup>.

Dans les années 80 le concept enregistre l'interconnexion avec le groupe de « parties prenantes ».<sup>3</sup> Cette idée a aidé de définir par rapport de qui les entreprises doivent être responsables. Après il ne faut pas oublier une expansion considérable dans les années 90 quand les premiers manuels et codes ont commencé à s'apparaître. D'après Bělčík (2008, p. 25) une borne importante dans cet époque-là est l'année 1996 avec la création d'une Centrale d'experts européenne par l'initiative de Jacques Delors.

Néanmoins si nous revenons à l'époque entre deux guerres sur le territoire tchèque, déjà là nous trouverons l'exemple d'une entreprise remarquablement socialement responsable. On parle de l'entreprise Baťa qui s'intéressait dans son époque

---

<sup>2</sup> Organisation des Nations unies

<sup>3</sup> Parties prenantes sont l'ensemble des acteurs internes ou externes et partenaires économiques et sociaux de l'entreprise. (Vedura; 2012)

non seulement à sa production effective, à ses clients et à son élargissement du marché mais aussi au développement à long terme comme par exemple le soin et le développement de ses employés et leurs familles. Il s'occupait de la gradation de leur qualification, de soin médical, de la récréation ou bien des activités culturelles et sociales. On peut faire un raisonnement que Ba'a a devancé considérablement son temps.

## 1.2 Définition du concept

Quoique que le concept de la Responsabilité sociale des entreprises se développe depuis le 19<sup>me</sup> siècle, il est presque impossible de donner une définition uniforme. Dans la section suivante je vais aborder de différents points de vue d'interprétation du concept de la RSE sur la base des sources diverses.

La première définition par rapport de la RSE est apparue dans le Livre vert de l'Union Européenne en 2001 qui définit la RSE comme:

*« l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes »* (Business Leaders Forum)

Une autre définition de la RSE qui indique Trnková (2004; p.7) est celle de l'Organisation non-gouvernementale Business for Social Responsibility qui dit:

*« la RSE est la manière de l'entreprise qui répond ou va au - dessus de cadre des attentes éthiques, législatives, commerciales et sociales. »*

La troisième définition répond fidèlement aux buts principaux de concept du «développement durable» qui est désigné par le WBCSD.<sup>4</sup> (KYOS CONSEIL; 2010) Cette institution parle de la RSE comme de la:

*« contribution des entreprises au développement économique durable, travaillant avec les employés, leurs familles, la communauté locale et la société au sens large pour améliorer leur qualité de vie ».*

---

<sup>4</sup> World Business Council for Sustainable Development



Selon le groupe de travail de l'ISO 26000 (REPORTING, DEVELOPPMENT, DURABLE ; 2011) , norme intitulée "lignes directrices relatives à la responsabilité sociale"

*« la responsabilité d'une organisation vis-à-vis des impacts de ses décisions et activités sur la société et sur l'environnement , se traduisant par un comportement éthique et transparent qui contribue au développement durable , y compris à la santé et au bien-être de la société ;prend en compte les attentes des parties prenantes ; respecte les lois en vigueur et qui est en accord avec les normes internationales de comportement ; et qui est intégré dans l'ensemble de l'organisation et mis en œuvre dans ses relations ».*

Les autres définitions sont également présentées :

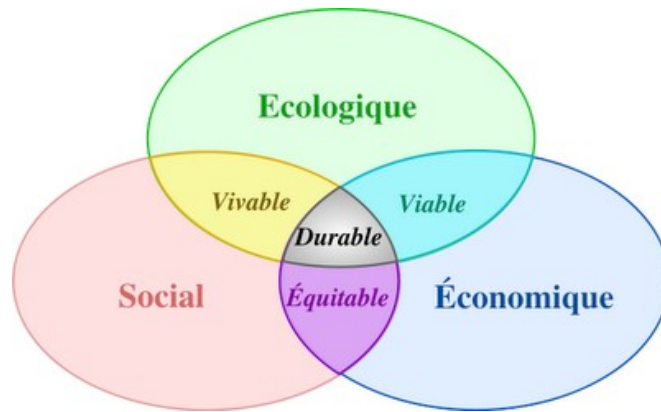
*« l'engagement volontaire des entreprises de se comporter au cadre de son fonctionnement d'une manière responsable à l'environnement mais aussi à la société où elles entreprennent. »* (Business Leaders Forum; 2010)

A partir des définitions précitées nous pouvons remarquer le fait que bien que la notion de la RSE soit interprétée des manières différentes, il y a «un fil » des expressions portantes qui traverse toutes ses propositions et qui leur donne un caractère commun. Les mots sont suivants : *la société, la qualité de vie, les parties prenantes, l'environnement et le volontariat.*

### 1.3 Les piliers du concept

La stratégie de l'entreprise qui inclut le concept de la RSE est construite sur 3 piliers. Nous parlons de trois dimensions de base de la RSE - économique, social et environnemental qui sont souvent appelées « 3 P » soi-disant « Triple bottom line ».

« Triple bottom line » est selon Kuldová (2010; p. 6) caractérisé par la transition de l'entreprise de l'état « profit only » vers l'état « profit, people, planet ». L'état final est bien illustré dans le graphique suivant.



**Graphique 1** Triple bottom line (Le blog de la responsabilité sociale des entreprises; 2009)

Mais il faut se poser une question : « Qu'est-ce que les entreprises respectant ou voulant respecter ce concept doivent pratiquer concrètement dans tous les 3 domaines de la RSE »?

D'après Bělčík (2010; p.22) au niveau économique l'entreprise doit surveiller :

- Principes de bonne gestion
- Qualité et sécurité des produits ou des services
- Code de comportement entrepreneurial
- Relations avec les clients
- Rejet de la corruption
- Transparence
- Protection de la propriété individuelle
- Bonnes relations avec les investisseurs
- Éthique du marketing et de la publicité
- Innovation et stabilité des produits

Au niveau sociale l'entreprise devrait se consacrer aux domaines suivants:

- Santé et sécurité de ses employés
- Politique d'emploi de qualité
- Soins de l'éducation et de la requalification de ses employés
- Philanthropie de l'entreprise et le volontariat

- Occasions égales (femmes, hommes et les groupes souvent défavorisés)
- Rejet du travail des enfants
- Respect des droits de l'homme
- Work - life balance<sup>5</sup>
- Garantie de la requalification des employés licenciés

Au niveau environnemental l'entreprise devrait se concentrer sur:

- Culture de l'entreprise écologique (recyclage, épargnes des énergies, épargne de l'eau, etc...)
- Diminution des impacts négatifs de l'activité sur l'environnement et la communauté
- Production écologique
- Traitement économique avec les ressources naturelles et sa protection
- Investissements à des meilleures technologies accessibles

Tout le concept de la RSE repose sur ces trois piliers, par conséquent l'entreprise socialement responsable est une entreprise qui s'efforce d'être active dans tous les trois domaines et qui réalise les activités concrètes en fonction de sa spécialisation et selon les demandes des ses parties prenantes. Une motivation peut également être un fait qu'il indique l'association CSR Europe (2000) : *„70% des consommateurs de l'Europe de l'ouest réclament que l'engagement à la responsabilité sociale accepté par une entreprise donc les produits ou les services ils achètent , est important pour eux et même un sur cinq consommateurs est complaisant de payer plus pour les produits de l'entreprise qui se comporte comme socialement responsable et responsable à l'environnement.“*

Il ne faut pas oublier que ce concept ne devrait pas rester dans l'entreprise seulement au niveau de la théorie mais devrait s'intégrer dans chaque structure et dans chaque processus de l'entreprise. Juste une application dans la pratique donne le sens.

## 1.4 Qui sont les parties prenantes?

Après avoir approché les trois domaines que chaque entreprise nommée socialement responsable devait respecter, il reste encore une notion qui est étroitement

---

<sup>5</sup> Équilibre entre la vie de travail et celle personnelle

liée avec le concept de la RSE : les parties prenantes. Qui sont-elles ? D'après Trnková (2004; p.26) il s'agit de « *l'ensemble des acteurs, internes ou externes et partenaires économiques et sociaux de l'entreprise qui ont l'influence sur le fonctionnement de l'entreprise ou qu'ils sont influencés par elle* ». D'après Steinerová (2008; p.35) nous pouvons diviser les partenaires en primaires et secondaires. Dans le premier groupe on range la direction de l'entreprise, les propriétaires, les investisseurs, les employés, les fournisseurs, les partenaires commerciaux, les clients, les organisations bénévoles environnementales et les autres représentants de l'environnement. Ce sont les parties qui ont l'influence la plus importante sur le fonctionnement quotidien de l'entreprise. Le deuxième groupe est représenté par la communauté locale et le public, les institutions gouvernementales et les organes autonomes, les lobbyistes et les groupes de pression diverses, les concurrents, les médias ou les associations citoyennes et commerciales. Mais pas chaque organisation ne doit avoir les parties prenantes nommées. De cette raison le premier pas repose sur leur identification. Une juste identification des parties prenantes clés aidera l'organisation au processus du choix du modèle de la RSE et son application. L'intérêt de l'entreprise n'est pas seulement leur identification mais aussi la diagnose de leurs attentes. Juste après la compréhension de leurs besoins, l'entreprise est prête pour les accomplir et contribuer alors à la synergie entre les intérêts de l'organisation et son entourage. Presque même idée est exprimée par Dalajlama qui l'a formulé dans les mots suivants :

*« Une vraie valeur de l'entreprise ne repose pas sur la somme des établissements de service et ses employés et ses ressources financières : Sa valeur consiste à des relations entre les personnes au cadre d'une organisation et avec les représentants des plusieurs parties prenantes hors d'elle. » (2009; p. 25)*

Pour bien retrouver ses parties prenantes clés, l'entreprise souvent profite de l'analyse des parties prenantes. Un principe possible de la détermination des parties prenantes clés est désigné dans le tableau suivant :

<b>Taux de l'intérêt</b>	Haut	Informer	Mener un dialogue
	Bas	Répondre des questions	Satisfaire
		Bas	Haut
		<b>Taux de l'influence sur l'entreprise</b>	

**Tableau 1** Matrice des parties prenantes (Steinerová; 2008, p. 91)

Nous pouvons remarquer que pour la détermination des parties prenantes il nous faut deux indicateurs – taux de l'intérêt et taux de l'influence sur l'entreprise. Si nous prenons en compte alors notre besoin le plus important donc de trouver les parties prenantes clés, il nous faut juste identifier une partie qui signale simultanément un taux de l'intérêt et un taux de l'influence hauts. Dans le tableau j'ai signé les parties prenantes clés par couleur jaune. Puis il faut entamer et successivement mener un dialogue qui assurera la rétroaction indispensable. Comme le résultat la situation avantageuse mutuelle est instaurée. Comme Kuldová indique (2007; p.40) cette situation est souvent appelée «win-win». Toutes les deux parties alors gagnent un certain profit et c'est ce que nous pouvons considérer comme optimal.

## 1.5 Termes souvent confondus avec le concept de la RSE

Nous avons déjà donné plusieurs caractéristiques du concept de la RSE. Mais il existe aussi des termes qui sont quant à leur proximité linguistique et aux plusieurs rapports souvent confondus. Je vais les alors citer maintenant en indiquant l'explication plus proche sur quoi la différence principale entre eux et le concept de la RSE repose – elle.

### **Relations publiques et marketing**

Selon Trnková (2004; p.50) il s'agit des activités et des intentions de l'entreprise soutenue par les campagnes et les actions donc l'importance oscille au temps. La RSE est à la différence d'elles une partie permanente et indissociable de la stratégie de l'entreprise introduite par la direction de l'entreprise. Nous parlons de la manière de la gestion de l'entreprise selon les règles responsables de l'entreprise.

### **Philanthropie d'entreprise (donation)**

La philanthropie ou bien une donation est un des outils de l'entreprise pour les buts caritatifs. L'aide peut être matériel mais aussi immatériel. La philanthropie est souvent comprise comme la partie de la RSE, elle n'est ni son essence ni sa condition. D'après Bělčík (2007; p. 15) l'essentiel de la RSE ne consiste pas en nombre des ressources financières données mais la RSE est fondée sur l'approche de gestion de l'entreprise.

### **Légalité**

Une légalité est un respect net de la loi. La RSE va cependant au - dessus du cadre des normes parce qu'elle est bénéfique comme on avait déjà mentionné. D'après Bělčík (2007; p. 20) la légalité n'est pas un synonyme de la RSE mais sa condition. L'entreprise qui ne se comporte pas en harmonie avec la loi ne peut pas être socialement responsable.

Dans les lignes précédentes nous pouvions nous familiariser avec les expressions portantes illustrant le cadre idéologique du concept d'une entreprise socialement responsable. Bien que cette idéologie a été aux pays tchèques déjà représentée dans les activités entrepreneuriales de Tomáš Baťa dans les années 20 du 20<sup>ème</sup> siècle, sa grande expansion est devenue remarquable jusqu'au cours des dernières 20 années, tantôt par l'entrée de la République tchèque à l'OCDE<sup>6</sup> en 1995, tantôt par son entrée à l'Union européenne en 2004. Pendant les dernières 10 années le concept est au processus d'élargissement non seulement de la manière consciente quand les entreprises présentent ouvertement leurs visions, valeurs, ambitions ou formulent le code éthique, mais aussi de la manière spontanée quand un grand nombre des principes de la RSE est une partie naturelle de la philosophie non écrite de l'entreprise. Ça prouve que ce n'est pas seulement la mesure de la conscience du concept de la RSE qui monte, mais aussi la seule conscience de se comporter de la manière la moins destructive et nuisible pour l'univers. L'essor de la RSE est soutenu même par les plateformes nouvellement formés

---

<sup>6</sup> Organisation de coopération et de développement

comme par exemple « *Byznys pro společnost* »<sup>7</sup> fondée sur l'organisation britannique Business in the Community.

Prennant en conscience des tendances internationales nous pouvons croire que les traits de tel comportement humain dans les entreprises tchèques vont s'apparaître de plus en plus souvent.

---

<sup>7</sup> Business pour la société

## 2 Évaluation de la RSE

L'évaluation de la RSE peut être saisie dans le sens varié. Il est possible d'évaluer la RSE tout d'abord de point de vue de la mesure de respect des normes et puis les effets des activités socialement responsables (les résultats de la RSE). Dans le premier cas nous jugons le comportement en vue des certains standards et des critères, dans le deuxième cas nous suivons les apports de la RSE pour les entreprises et leur environ.

A l'époque moderne le nombre d'entreprises socialement responsables augmente et nous pratiquons une large gamme des activités de la RSE. Nous sommes témoins des efforts de la réunion et d'atteint de la transparence. Pour cette raison une série des corporations supranationales ont développé ses propres standards, ont adopté des codes éthiques ou elles ont introduit le système de la présentation du rapport.

Les premières trois sections de ce chapitre sont consacrées à l'évaluation générale du concept de la RSE, tout d'abord à son vérification, puis à sa mesure et enfin aux normes selon lesquelles la responsabilité sociale doit être appliquée.

### 2.1 Modes de vérification de la RSE

La possibilité de la vérification est selon Gregor (2007; p. 29) une condition nécessaire de l'existence de la RSE. L'auteur indique qu'il est possible de la réaliser à travers des quatre moyens essentiels : 1, codes de comportement, 2, systèmes internes de gestion, 3, publication des informations ou, 4, étude par les tiers. Voilà la description plus détaillée de ces 4 manières de contrôle de la RSE.

#### 2.1.1 Codes de comportement

Il s'agit selon Gregor (2007; p. 55) de « somme des règles que l'entreprise a décidé de suivre à titre bénévole. Il s'agit des quasi-documents identifiant les droits de l'homme et environnementaux que les corporations devaient respecter et les méthodes pouvant utiliser pour les atteindre ». De temps en temps nous nous rencontrons avec le terme «l'éthique dans l'entreprise», qui signifie l'acceptation de ces règles par les entreprises et l'acte en harmonie avec elles. Les codes sont définis soit par la corporation elle-même, soit par une entité tierce globalement pour tout le secteur du marché. Naturellement le contenu des codes particuliers se diffère.



### 2.1.2 Systèmes internes de gestion

D'après Gregor (2007; p.56) les systèmes internes de gestion décrivent les voies pour l'application des codes et la réalisation des stratégies dans la pratique. Figurément ce sont les normes d'application visant à des standards de procédure et des méthodes. Ils contiennent très souvent la manière d'évaluation de l'observation des stratégies. Les managers dans tous les niveaux devraient avoir des rétroactions des acteurs intéressés différents sur les impacts de leurs décisions.

### 2.1.3 Publication des informations

Dans le but de la publication des informations des rapports de la RSE sont rédigés. Les rapports des entreprises de la RSE se consistent aux domaines suivants : le profil de l'entreprise, les valeurs, les visions, les stratégies, la parole du directeur, la description des activités de la RSE dans tous les domaines en générale et puis leurs exemples concrets.

Habituellement il est compliqué de comparer des rapports, il n'existe pas assez de standards. De cette raison comme Gregor indique (2007; p.58) Global Reporting Initiative<sup>8</sup> a développé les directives d'après lesquelles les rapports devraient être mis dans le contexte de la durabilité, de rendre public des partenaires commerciaux et toutes les informations doivent être compréhensibles, précises, complexes et actuelles.

### 2.1.4 Étude par les tiers

Il existe des modèles externes des systèmes de gestion donc la vérification est justifiée par la réception des certificats. Un exemple que Gregor indique (2007; p.53) est l'Organisation internationale pour la standardisation ISO. Si l'organisation a déjà implémenté par exemple le système du rang ISO 9000, ISO 14000<sup>9</sup> ou SA 8000,<sup>10</sup> elle a incorporé dans ses systèmes internes les normes de la responsabilité sociale, ça veut dire

---

<sup>8</sup> GRI

<sup>9</sup> International Organization for Standardization 14000 est un système international ciblé à l'environnement.

<sup>10</sup> Social Accountability 8000 est un système de certificat concentré sur le domaine des relations dans le travail.

les besoins des parties prenantes. Selon Mikulášková (2010; p.47) les entreprises peuvent implémenter ces besoins en profitant d'un spécialiste, des documents à la disposition ou des rapports déjà déclarés des autres organisations. Grâce à ces ressources elles peuvent se faire inspirer et elles ajoutent très souvent encore quelque chose de plus.

## 2.2 Critères de la RSE

Il existe des initiatives internationales pour l'évaluation de la RSE qui ont le caractère facultatif, mais les entreprises s'annonçant à la RSE doivent les respecter. Nous rangeons parmi elles par exemple des principes Global Impact<sup>11</sup> ou les Directives pour les sociétés supranationales<sup>12</sup>. D'après Kuldová (2005; p.22) les codes de comportement sectoriels déjà contiennent les règles de l'entreprise responsable et durable plus concrètes qui sont accommodés aux spécifiques des secteurs particuliers et des segments du marché. Pour l'évaluation de la RSE nous utilisons des standards créés spécialement pour ce but. Leur point faible repose selon Kuldová (2005; p.50) sur le fait qu'ils ne sont pas mutuellement comparables parce que chaque suit des indicateurs différents et de plus dans la profondeur différente. Ce fait est donné d'après l'auteur par l'absence d'une définition reconnue par tout le monde. Une solution possible serait la naissance d'un index tout à fait nouveau accepté par tout le monde. Les exemples de certains index sont suivants : Index *Dow Jones*. Ceux plus utilisés sont : *Sustainability*,<sup>13</sup> *Standard Entreprise Responsable* LBG (London Benchmarking Group),<sup>14</sup> et la méthode *KORP*.

---

<sup>11</sup> Initiative qui recueille des fonds pour répondre aux besoins humanitaires critiques dans le monde entier. (Global Impact; 2012)

<sup>12</sup> Directives de l'OECD qui ont rôle d'un standard pour s'approuver comme l'acteur important dans les changements positifs dans les pays développés et en voie de développement (Ministère des Affaires Etrangères ;2011)

<sup>13</sup> Premiers index globaux qui font le plan des résultats financiers des sociétés qui prennent en compte aussi la durabilité de leur entreprise. Ils étaient mis en place en 1999. (Sustainability; 2010)

<sup>14</sup> Système international d'évaluation complexe et de benchmarking de la responsabilité sociale des entreprises et de la philanthropie d'entreprise observant l'effet de court et de long terme par rapport des

## 2.3 Effets de la RSE

Comme Kuldová (2010; p.52) indique : « l'acceptation du concept est avant tout l'investissement de long terme ».

Bien qu'il s'agisse d'une longue « période d'attente », cette décision peut apporter à l'entreprise un certain gain. D'après Steinerová (2008; p.31), l'entreprise qui a accepté les principes de la RSE crée de nouveaux trends positifs, de nouvelles occasions pour les innovations et elle devient beaucoup plus transparente. Elle est active. Elle donne l'impression d'une plus grande crédibilité pour son environ que la concurrence. Les employés sont plus satisfaits et alors montrent la plus grande productivité. De plus l'acceptation de la RSE diminue les coûts qu'elle devrait dépenser au cadre du management de risque.

Nous avons appris que pour le bon fonctionnement du concept est assez important un outil d'évaluation de mesure de respect de la RSE, qu'il faut la vérifier et par quelles méthodes, quels critères pour l'évaluation existent et finalement ce qu'il peut l'implémentation de telle philosophie apporter à l'entreprise.

Dans l'entreprise Vodafone, s.a. le rôle principal joue la publication des informations. L'entreprise indique ses visions, valeurs, cibles et activités dans les rapports annuels qui ont pour but d'informer. L'information crée la base pour l'évaluation.

## 3 Évaluation de la RSE par la méthode KORP

Comme je vais traiter l'étude de la RSE dans l'entreprise Vodadone, s.a en se référant à l'évaluation précédente utilisant la méthode KORP, j'ai décidé en cadre de conservation de la valeur d'informations d'appliquer la même méthode d'évaluation. Celle - ci va être appliquée sur tous les deux rapports en accentuant plus sur celui plus actuel, ça veut dire celui 2010/2011.

Dans les lignes suivantes d'abord je vais présenter le « visage conceptuel » de la méthode KORP. Ensuite je vais dessiner le procédé plus précis d'évaluation choisie. Finalement je vais donner la formule pour pouvoir calculer les résultats de toute l'évaluation.

### 3.1 Méthode KORP

Cette méthode débouche de l'initiative GRI<sup>15</sup>. D'après Prachař (2008; p. 56) elle a été créée par l'Association de l'entreprise correcte en coopération avec le Groupement pour le Prix ČR pour la qualité. C'est une méthode tchèque qui est née des efforts de l'unification de la mode de l'évaluation des rapports de la RSE.

Cette méthode s'appuie selon Plášková (2008; p. 47) sur :

- Structure des indicateurs GRI
- Modèle d'Excellence EFQM – méthode d'autoévaluation
- Méthode d'autoévaluation du modèle CAF<sup>16</sup> 2006

Comme un défaut de la méthode de GRI on peut considérer le fait que les indicateurs de GRI montrent seulement les résultats. Si ces indicateurs ne sont pas implémentés dans la gestion de l'organisation, il se peut qu'il soit très compliqué de les utiliser en pratique. Le risque c'est que les résultats rapportés peuvent être non récurrents, sans lien plus proche à des processus déroulant dans l'entreprise. Un autre risque est un monitoring passif, sans ambition de gérer tous ces processus et les améliorer. Le modèle tchèque gère systématiquement l'organisation à la réalisation de tous ces éléments mentionnés. De cette raison il a été profité des expériences positives de long terme avec le Modèle d'Excellence EFQM et avant tout des expériences avec l'évaluation d'une

---

<sup>15</sup> Global Reporting Initiative

<sup>16</sup> Common Assessment Framework

organisation dans le Modèle CAF. Le meilleur des modèles abordés était intégré au modèle KORP. Cette méthode inclut tous les 3 critères de base de la RSE- économique, social et environnemental. Chaque critère contient des sous-critères. Pour chaque sous critère nous posons les hypothèses et les résultats. Un grand avantage de cette méthode est la possibilité de choisir seuls domaines que nous considérons pertinents. On range les points de 0 à 100 à chaque domaine concernant à l'aide du cycle PDCA <sup>17</sup> (Plan-Do-Check-Act) donc chaque niveau délimite l'échelle des points qu'on peut utiliser pour l'évaluation. Pour chaque hypothèse j'ai décidé de donner une ou plus de propositions pour l'amélioration du fonctionnement de l'entreprise.

### 3.1.1 Tableau des critères et des sous-critères

Le résumé des critères et des sous-critères des piliers particuliers nécessaires pour l'évaluation par cette méthode est marqué dans les tableaux étant à la disposition dans les Annexes. (Tableau 1 - 3)

### 3.1.2 Évaluation ponctuelle de la méthode KORP avec la différenciation tenue

Évaluation ponctuelle avec la différenciation tenue est une méthode de l'évaluation parallèle qui présente mieux la réalité là où une gamme des organisations réalise une certaine forme de la RSE (phase Do), mais sans la planification (phase Plan). (Prachař, 2008; p.23). Cette méthode d'évaluation propose plus des données dans les domaines dans lesquels il la faut améliorer. Dans le panneau des hypothèses met l'accent sur le cycle de PDCA, dans le panneau résultats on suit des trends aussi que leurs cibles et leur réalisation. Pour clarifier le processus d'évaluation postérieure je vais présenter les instructions indiquées dans la brochure de Plášková. (2008; p. 75-77)

#### **Instructions pour évaluation : panneau des hypothèses (différenciation modérée):**

*1. Réalisez l'évaluation un sous-critère après l'autre. Dans chaque sous-critère excluez des sujets qui ne sont pas pertinents.*

---

<sup>17</sup> Plan-Do-Check-Act est le modèle d'amélioration continue qui s'applique à l'amélioration des processus et des produits.

2. Pour l'évaluation ponctuelle on dispose l'échelle de 100 points qui rend possible de spécifier le niveau d'implémentation de tel sous-critère dans l'organisation.
3. Jugez et puis formulez à l'écrit comment sont les revendications des sujets particuliers pertinents d'un sous-critère donné accomplies dans l'organisation. (les normes de l'entreprise, les normes et les documents de gestion reçus par la direction)
4. Lisez la définition des phases particulières du cycle (Plan-Do-Check- Act) On suit encore des sous-critères, mais on attribue des points à des domaines séparément.
5. Trouvez des preuves des côtés forts et des occasions pour l'amélioration et évaluez chaque phase du cycle par la désignation dans le champ correspondant du tableau de panneau d'évaluation.
6. Complétez l'évaluation de chaque sous-critère par un court rapport à l'écrit et y justifiez courtement le choix du niveau d'évaluation dans les domaines particuliers. (Plan-Do-Check-Act). Ajoutez des exemples concrets ou des preuves.
7. S'il y a plusieurs personnes qui évaluent, calculez la moyenne des points reçus. Pendant l'évaluation prenez compte le fait comment les sujets sont appliqués dans les unités particulières pertinentes.
8. On gagne le chiffre des points obtenus du nombre total des 100 points pour chaque sous-critère si on additionne tous les points de toutes les quatre phases et on en divise par 4. Ce nombre des points accumulés du nombre total des points 100 pour chaque sous-critère des hypothèses. Ce nombre des points doit être fiable et consistant. Ex. Évaluation ponctuelle totale ne doit pas dépasser 40 points, si l'évaluation ponctuelle d'une des 4 phases (Plan-Do-Check-Act) est moins ou égale à 20 points. S'il y a l'évaluation ponctuelle d'une des 4 phases des cycles inférieure à 30, évaluation totale ne doit pas dépasser 60 points. (Ce n'est pas impossible toutefois de grands écarts doivent vous diriger vers une révision de point de vue).

**Instructions pour évaluation : panneau des résultats (différenciation modérée):**

1. Réalisez l'évaluation un sous-critère après l'autre. Dans chaque sous-critère excluez des sujets qui ne sont pas pertinents.
2. Pour l'évaluation ponctuelle on dispose l'échelle de 100 points qui rend possible de spécifier le niveau d'implémentation de tel sous-critère dans l'organisation.
3. Jugez comment les trends se sont développés pendant des dernières trois années et si les cibles données ont été accomplies.
4. Ajoutez des points pour chaque trend de 1 à 100 à l'échelle divisée en 6 niveaux
5. Pour la réalisation des cibles (au mieux dans la dernière année) ajoutez des points de 1 à 100 à l'échelle divisée en 6 niveaux.

6. Par la somme des points pour les trends et des cibles atteintes et la division par deux nous atteindrons le chiffre auprès de sous critère résultats des points obtenus des 100 points possibles.

### 3.1.3 Attribution par points

Comme Plášková (2009; p. 89) a indiqué dans la brochure pour l'évaluation selon la méthode KORP nous réalisons classement par points dans les panneaux des résultats et des hypothèses. Chaque sous-critère peut être évalué par 100 points au maximum et en même temps le poids de sous-critères est pareil. Formule poids le calcul est suivant:

$$\text{„Nombre total des points} = ( \Sigma BI + \Sigma BII ) / ( \Sigma KrP + \Sigma KrV )$$

– $\Sigma KrP$  ... Nombre des critères classés par points dans le panneau hypothèses

– $\Sigma KrV$ ... Nombre des critères classés par points dans le panneau résultats

– $\Sigma BI$  = somme des points des critères particuliers classés par points ( $\Sigma KrP$ ) dans le panneau hypothèses

– $\Sigma BII$  = somme des points des critères particuliers classés par points ( $\Sigma KrV$ ) dans le panneau résultats

Evaluation est un outil à travers lequel l'entreprise qui se présente comme socialement responsable peut démontrer le nombre et la qualité de ses activités. C'est pourquoi de plusieurs normes sont nées au cours de l'existence du concept de la RSE. Au point d'être socialement responsable est le concept volontaire, il ne doit pas être forcé par pouvoir d'état mais si elle veut montrer qu'elle s'engage dans les activités de tous les trois domaines de la RSE et elle se présente comme socialement responsable, elle est obligée de répondre aux certaines normes. D'après les données les plus actualisées (Institut RSE Management; 2013) la nouvelle de loi qui nécessite de fixer une obligation de reporting non-financier s'est apparue. Au plus exactement les entreprises devront chaque année rapporter non seulement ses activités financières mais aussi les aspects sociaux et environnementaux. Pour l'instant il s'agit d'un projet qui sera examiné par le Parlement européen et le Conseil de l'UE mais il est assez probable qu'il entrera en vigueur déjà en 2014. Ça pourrait signifier pour tout le concept de la RSE un

changement révolutionnaire au sens de la rupture d'une de ses attributs de base -  
l'approche volontaire.



## 4 Vodafone, s.a.

La partie suivante sera consacrée à l'évaluation de la mesure de la responsabilité sociale dans l'une des 3 entreprises de télécommunication en expansion - Vodafone, s.a. Nous allons traiter systématiquement tous les trois piliers de base de la RSE suivant les critères et sous-critères de chaque domaine clé. Toutes les phases des hypothèses et également des résultats composantes seront évaluées par points qui seront enregistrées dans les tableaux synoptiques. Toute évaluation sera achevée par l'évaluation complexe de la RSE en apportant des recommandations et des conseils pour des changements s'il est nécessaire.

### 4.1 Profil de l'entreprise

Vodafone, s.a. est une société tchèque de télécommunication. Elle est entrée sur le marché de concurrence en 1999 sous le nom Český Mobil (Vodafone ; 2012) et elle a attribué à son réseau le nom connu Oskar. La société a été surnommée en 2004 comme Oskar Mobil. Elle est devenu en 2000 le troisième opérateur le plus vite développé en République tchèque. Elle s'est employée des changements sur le marché de télécommunication et a tenté de rendre accessible des portables à chaque consommateur. Pendant une année à peine elle a réussi de créer un réseau comparable avec sa concurrence parce qu'elle est entrée sur le marché avec la stratégie clairement délimitée innovante de contact direct avec le client.

En 2005 la société est devenue un membre du groupe Vodafone et en 2006 la société Oskar Mobil, s.a. a changé le nom à celui de Vodafone Czech Republic. Avec le nouveau nom de nouveaux services se sont apparus. La société est devenue un opérateur de communication complexe.

Vodafone Czech Republic est possédé par la groupe Vodafone Group Plc. qui a la base en Grande Bretagne, s'applique dans 30 pays et fournit les services à 371 millions de clients. (Vodafone ; 2012)

La vision de la société est d'imprimer aux communications portables leur visage future et en ce qui concerne de la cible stratégique, Vodafone veut éveiller l'enthousiasme chez les clients et les employés pour la marque Vodafone.

Comme un outil important pour l'atteindre, la société utilise le concept de la RSE.

L'essentiel de la responsabilité sociale dans Vodafone est l'entreprise respectable, le respect à l'environnement et la responsabilité aux gens et à des communautés autour de la société. L'idée « être l'entreprise responsable » est classée entre 6 cibles stratégiques de Vodafone Group. Donc Vodafone s'efforce de se concentrer non seulement sur l'entreprise et le profit mais aussi sur la relation avec l'environnement et les gens qui l'entourent.

## 4.2 Évaluation de la RSE par la méthode KORP

La société a publié pendant son existence deux rapports de la RSE au total. Le premier pour l'année financière 2008/2009 et le deuxième 2010/2011 qui conclut toutes les activités importantes de l'entreprise déroulées entre les années financières 2008/2009 et 2010/2011. Pour bien évaluer le niveau de la responsabilité sociale de la société, je vais prendre en compte tous les deux rapports en respectant les changements passés pendant les dernières 3 années financières tout en utilisant la méthode tchèque KORP et en mettant le point sur les changements passés en vertu de l'évaluation de Eva Jíříčková. Le résultat de l'évaluation va donc découler d'une synthèse de tous les deux documents en mettant l'accent sur celui le plus actuel.

### 4.2.1 Pilier économique

- **Management et assurance organisationnelle de la RSE**

Dans le rapport 2008/2009 est indiqué que la vision de la société est d'imprimer aux communications leur apparence future et la cible stratégique de l'entreprise et éveiller chez ses employés et ses clients l'enthousiasme pour la marque Vodafone. Et que Vodafone en réussit, ça prouve le nombre des clients qui a augmenté pendant les trois années passées de 285 000. La société nomme dans son rapport ses valeurs parmi lesquelles nous pouvons mentionner par exemple « *On se tient debout de nos gens* ». ou « *Ce que l'on dit, on réalise* ».

Le modèle de commerce de l'entreprise reflète la responsabilité sociale concrètement dans la communication des domaines clés et des activités de la responsabilité sociale, dans les engagements vis-à-vis de la société et aussi dans le fait qu'elle prend en compte l'expression des tierces parties. La société également indique les manières de gestion de la responsabilité sociale. La société veut être socialement responsable. La source des thèmes pour la responsabilité sociale sont les informations des sondages, les médias

l'environ, les employés etc. Les activités sont réalisées par les initiatives, projets et programmes. Les employés sont aussi intégrés dans les activités de la RSE. La société signale qu'ils sont formés des indicateurs qu'ils mesurent la responsabilité sociale et ils sont régulièrement révisés et contrôlés s'ils accomplissent les cibles de la société.

La société est évaluée dans la partie *Hypothèses* dans la phase Do pour les activités de détermination des thèmes pertinents de la RSE, l'identification des parties prenantes, pour la documentation de la RSE et pour le monitoring et la révision de la RSE. La société aussi intègre le concept de la RSE au fonctionnement complet de l'organisation. Vodafone est conscient de ses côtés forts qui se reflètent dans le modèle de l'entreprise. La société est évaluée dans la phase Check pour la révision des données ramassées par la direction de l'entreprise et dans la phase Act pour l'accomplissement des cibles des années précédentes et en même temps l'identification de nouvelles cibles pour les années à venir. Dans cette phase j'ai rangé même la réalisation d'un audit interne et externe donc les résultats ont servi comme un bon matériel pour améliorer certaines activités de l'entreprise. Une partie composante de cet audit a été la comparaison avec les meilleures entreprises sur le marché et le contrôle aléatoire des données présentées dans le rapport avec la correction suivante.

Le côté fort de l'entreprise est une vision claire du rôle de la responsabilité sociale de l'organisation et de l'insertion dans le modèle de l'entreprise. Mais ce que l'entreprise manque, ce sont des informations concrètes du représentant de la RSE, de l'équipe de la RSE et sa formation. Il ne s'occupe ni de l'assurance organisationnelle de la formation du rapport de la responsabilité sociale et du management des projets.

#### EM1 INFLUENCES DIRECTES SUR LA COMMUNAUTÉ

Hypothèses		Résultats	
Plan	0	Trends	0
Do	65	Cibles	0
Check	70		
Act	25		
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>Total</b>	<b>0</b>
<b>Points</b>	<b>40</b>	<b>Points</b>	<b>0</b>

**Tableau 2** Évaluation de sous-critère EM1 (Vodafone 2010/2011)

- **Performance économique**

La société s'occupe dans son rapport de son client. Elle veut l'influencer directement et ainsi se différencier de sa concurrence. Le nombre des clients augmente mais la rentabilité moyenne du client diminue. La société a planifié dans son premier rapport de se concentrer dans les années à venir sur les clients désavantageux. En même temps la société fournit des dons financiers et non-financiers. Elle coopère avec les organisations non profit. Elle pratique une fondation Vodafone qui a diffusé largement ses activités en 2009 et 2010. Comme exemple nous pouvons nommer le shadowing<sup>18</sup> des managers. La société a donné 21 500 000 millions Kč au total pour les programmes diverses qui proposent un soutien aux jeunes gens et en générale aux parties désavantageuses.

La société est évaluée dans la partie *Hypothèses* dans la phase Do pour les activités de la planification économique. La société veut continuer en tendance de l'acquisition des clients et alors augmenter son profit. Pendant les deux dernières années le nombre des clients a augmenté de 285 000. La société indique dans son rapport ses dépenses sur les programmes concrètes. J'évaluerai cette partie aussi pour les activités liées à la charité. Dans la phase Check je vais traiter certains sous-critères qui se concernent sur l'analyse et sur la gestion des risques et des projets.

Dans la partie *Résultats* la société est évaluée pour les Trends dans les résultats économiques qui sont dans les rapports documentés par une graphique. Le trend est négatif. La société n'indique pas des cibles concrètes dans ce domaine. Un point fort c'est que la société s'occupe de sa propre performance économique et qu'elle affiche les données des années précédentes comme un outil de comparaison. Dans la partie *Hypothèses* elle ne parle pas de la planification des recettes et des dépenses. Elle ne se préoccupe pas de la gestion des projets. Même dans la partie *Résultats* elle pourrait pointer plus aux impacts financiers sur la performance de l'entreprise.

---

<sup>18</sup> Activité d'exploration de carrière qui offre l'opportunité de passer un certain temps avec un professionnel couramment travaillant dans l'intérêt du champ d'intérêt de la carrière de cette personne. (Internships; 2011)

## EM2 PERFORMANCE ÉCONOMIQUE

Hypothèses		Résultats	
Plan	0	Trends	30
Do	35	Cibles	10
Check	30		
Act	0		
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>Total</b>	<b>40</b>
<b>Points</b>	<b>16,25</b>	<b>Points</b>	<b>20</b>

**Tableau 3** Évaluation de sous-critère EM2 (Vodafone 2010/2011)

- **Influences économiques directes à la communauté**

La société a identifié la communauté dans laquelle elle se trouve. Sauf les clients standards qui sont concernés par les tarifs personnels et d'entreprise, la société se concentre sur les clients handicapés. La société se préoccupe aussi de la sécurité de l'Internet et de contenu portable pour les enfants ou de la communication transparente. En bref la société s'efforce de se comporter fair – play.

Pour la société est important même le choix de fournisseur. Dans le rapport 2008/2009 elle se spécifie depuis l'établissement du contact jusqu'à la coopération. Dans ce domaine elle a la cible nette et c'est l'accord avec le Code d'achat éthique ça veut dire qu'elle ne coopère qu'avec des fournisseurs promettant de respecter des règles minimales de l'environnement et des normes éthiques de base de la société. Pour ce cas il y a une programme « *Vyjádřete se* » qui sert à informer la société des pratiques déloyales principalement liées à la corruption.

Vodafone est évalué dans la partie *Hypothèses* dans la phase Do pour l'identification de la communauté et les approches définies à l'achat. Dans la phase Check j'évaluerai les relations avec des fournisseurs.

Dans la phase *Résultats* la société est évaluée pour la politique et la pratique chez les fournisseurs locaux. Elle utilise la même méthode comme dans l'évaluation comme chez les fournisseurs globaux. Le but de cette politique de la société est telle stratégie pour que les fournisseurs qui créent 50% de volume d'achat diminuent les émissions de CO2. Dans la partie Cibles la société est évaluée pour la réalisation

partielle de la cible qui est soutenue par l'évaluation des fournisseurs. Dans la partie Trends la société est évaluée pour l'évolution positive de l'évaluation des fournisseurs depuis 2006.

La société ne se soigne pas dans la partie *Hypothèses* des approches définies au recrutement des employés et elle ne s'occupe ni dans la partie *Résultats* comme c'est la politique des salaires de départ.

### EM3 INFLUENCES DIRECTES SUR LA COMMUNAUTÉ

Hypothèses		Résultats	
Plan	0	Trends	50
Do	70	Cibles	50
Check	55		
Act	0		
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>Total</b>	<b>100</b>
<b>Points</b>	<b>31,25</b>	<b>Points</b>	<b>50</b>

**Tableau 4** Évaluation de sous-critère EM3 (Vodafone 2010/2011)

- **Influences économiques indirectes à la communauté**

La société essaie de jouer fair-play dans tous les domaines de l'entreprise. Même en relation avec des clients elle a lancé la campagne « *Marketing réglo* » concernant l'élimination de l'écriture de puce sous la ligne ce qui se rencontre très souvent avec la non-satisfaction auprès des clients qui se sentent être trahis. La société consacre une grande attention aux stations de base. Par exemple elle veille sur les conditions de la comptabilité électromagnétique des appareils médicaux sensibles dans les hôpitaux. En 2008/2009 le projet Mesure indépendant du réseau a été entamé pour donner au public plus d'informations dans ce domaine.

La société avec la coopération avec l'organisation *Hestia*<sup>19</sup> s'engage dans le projet Jour pour l'organisation non profit quand les employés peuvent passer une journée dans une organisation non profit et donner un coup de main où il en faut.

---

<sup>19</sup> Centre de volontariat

La société propose aussi à ses employés les occasions culturelles en forme des expositions atypiques ou bien des compétitions (sapin pas traditionnel en cadre des marchés de Noël).

En cadre de la prévention des phénomènes négatives et des risques liées à l'adolescence des jeunes, dans la société fonctionne le programme « *Vpoho* ». Pour le développement des compétences et des savoir-faire de jeunes gens il court le programme « *V pohybu* » qui est ciblé premièrement à la communauté de jeunes, deuxièmement aux groupes désavantagés.

Dans la partie *Hypothèses* dans la phase Do j'ai évalué les preuves pour l'édification des services publics. Il s'agissait exclusivement des services qu'ils ont été édifiés sans qu'on attendrait le profit direct comme le programme « *Dětský profil* » ou bien le réseau pour les non-voyants.

Dans la partie des *Résultats* la Cible de la société dans ce domaine est de créer à l'aide des technologies de communication des conditions pour la vie des groupes désavantagés de plus grande valeur. Il faut dire que la société s'efforce en cadre de ses compétences de faire pour ça le maximum. Pour la partie Trends est la société évaluée pour les activités qu'il attribuent au développement des services mentionnés.

La société peut être fière dans plusieurs domaines mais elle ne s'occupe pas de l'influence sur le développement de l'emploi et sur l'éducation.

#### EM4 INFLUENCES INDIRECTES SUR LA COMMUNAUTÉ

Hypothèses		Résultats	
Plan	0	Trends	50
Do	65	Cibles	70
Check	0		
Act	0		
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>Total</b>	<b>120</b>
<b>Points</b>	<b>16,25</b>	<b>Points</b>	<b>60</b>

**Tableau 5** Évaluation de sous- critère (Vodafone 2010/2011)

## 4.2.2 Pilier social

- **Droits de l'homme**

La question éthique de l'entreprise c'est de ce qu'elle Vodafone s'occupe beaucoup. Comme une supposition nécessaire pour la coopération facile avec les partenaires commerciaux la société considère le Code d'achat éthique qui respecte des standards internationaux concernant hors des autres domaines comme l'environnement ou le droit pour le travail juste des droits de l'homme.

Dans l'intention de ne permettre d'entrer aucune signe de corruption, la société a rédigé un ensemble des ordonnances internes d'anticorruption assumées dans le Code d'anticorruption. Grâce à cet ensemble des revendications accompagnant des définitions des notions importantes comme l'acteur public, le proche parent, la société laisse voir une grande préoccupation de la soutenance d'une société honnête et transparente. Par la suite elle s'occupe de l'évidence des plaintes et des incidents en cadre du code *Speak Up* qui sert à toutes les parties prenantes de leurs exprimer. Ils peuvent s'adresser soit à la ligne de confiance, soit au téléphone ou en email.

En 2008 la société s'est classée dans les premières places dans la compétition Circonstances égales. Elle emploi 50 % des femmes dans le top management et elle donne un soutien aux parents au congé de maternité.

Dans la partie *Hypothèses* dans la phase Do la société est évaluée pour le code éthique et les approches antidiscriminatoires. Dans la phase Check pour la révision de la situation et pour les indicateurs numériques. La société est évaluée dans la phase Cible pour la cible sans fondement d'insérer le code éthique dans ses activités. Les Trends ne sont pas mesurables.

### SO1 DROIT DE L'HOMME

Hypothèses		Résultats	
Plan	0	Trends	0
Do	50	Cibles	10
Check	40		
Act	0		
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>Total</b>	<b>10</b>
<b>Points</b>	<b>22,5</b>	<b>Points</b>	<b>5</b>

**Tableau 6** Évaluation de sous-critère SO1 (Vodafone 2010/2011)



- **Communauté, corruption, politique publique, comportement concurrentiel, accord législatif**

Comme la société indique dans son rapport 2008/2009 elle s'efforce d'être au contact intensif avec ses employés et ses clients. Elle considère comme fortement important de connaître l'opinion du public, par conséquent elle effectue des sondages sur ses activités et s'efforce de tirer de nouveaux sujets. Ça justifie la réalisation des recherches diverses. La dernière recherche a passé entre les parties prenantes en 2008 dont les résultats la société a reflété dans la manière concrète de communication.

La société s'engage beaucoup dans la vie publique. En cadre du programme « *Čistá doprava* » elle soutient des initiatives comme « *Město na kole* » ou « *Auto-Mat* » quand elle organise pour ses employés et ses clients chaque année la fête de rue pour vivre la ville d'une autre façon. Vodafone est une société qui respecte l'idée de ne pas suivre un pur profit. Elle renvoie une partie du profit dans la société grâce au programme « *Blesková pomoc* » qui soutient des projets d'inondation.

En 2009 Vodafone a mis en marche l'idée de proposer un espace commercial sur les bons de chargement Vodafone pour les projets choisis. Cette idée a apporté un bénéfice important en forme de profit de cinq fois plus élevé.

La société s'engage aussi dans le projet assez nouveau « *Darujem* » dont le but repose sur l'organisation des prélèvements du sang.

Dans la partie *Hypothèses* dans la phase Do la société est évaluée pour l'organisation des projets bénéfiques pour le public. Dans la phase Check elle est évaluée pour la recherche et la révision suivante des opinions de ses parties prenantes. Dans la phase Act elle évalue ses sujets qui découlent des sujets révisés de la communauté.

Dans la partie *Résultats* la société est évaluée pour le trend de la création des graphiques pour la comparaison interannuelle des dépenses pour les activités publiques. Aucune cible n'a été définie.

**SO2 COMMUNAUTÉ, CORRUPTION, POLITIQUE PUBLIQUE,  
COMPORTEMENT CONCURRENTIEL, ACCORD AVEC LA  
LÉGISLATIVE**

Hypothèses		Résultats	
Plan	0	Trends	60
Do	70	Cibles	0
Check	55		
Act	45		
<b>Total</b>	<b>170</b>	<b>Total</b>	<b>60</b>
<b>Points</b>	<b>42,5</b>	<b>Points</b>	<b>30</b>

**Tableau 7** Évaluation de sous-critère SO2 (Vodafone 2010/2011)

- **Recrutement et le travail adéquat**

La société veut créer une ambiance attractive pour ses employés. C'est la raison principale pour laquelle elle s'est formée la culture informelle d'entreprise qui inclut le vêtement informel ou le tutoiement dans tous les niveaux hiérarchiques.

Elle propose également une rangée des bénéfiques parmi lesquels nommons le travail de la maison, la durée de travail flexible et le travail au temps partiel. Pour les enfants des employés la société organise des camps de vacances. Les employés gagnent des points bénéfiques qu'ils peuvent profiter pour les activités de formation ou celles culturelles ou sportives. La nouvelle de l'année 2011 c'est le projet des boîtes avec les légumes fraîches qui sont offerts aux employés. Les valeurs de la société ont été définies par les employés eux-mêmes. D'après les statistiques, en 2010 la société a compté à peu près 4500 des employés ce qui est depuis 2008 presque d'une moitié de plus. De ce chiffre 55,5 % des employés sont les femmes ce qui attribue sans doute à l'image de l'entreprise égale. De ce qui concerne des plaintes des employés il fonctionne un projet « *Speak Up* » qui offre la possibilité d'exprimer n'importe quel désaccord avec les normes.

Dans la partie *Hypothèses* dans la phase Do la société est évaluée pour les pratiques de la politique personnelle et la motivation des employés. Dans la phase

Check elle est évaluée pour les sujets proposés par les employés et dans la phase Act pour les mettre en pratique.

Dans la partie *Résultats* pour le Trend nous évaluons le montant des employés croissant. Comme la cible la société a défini de garder ou bien d'accroître le nombre des employés.

Le point fort de la société est sans doute sa politique personnelle. Ce qu'elle manque, ce sont les informations plus concrètes du système de formation des employés, des méthodes de développement de la carrière. Il n'y a pas d'information de la fluctuation de force de travail. Puis sauf le code d'achat éthique il n'y a du tout aucune signe de soin des plaintes des employés.

### SO3 RECRUTEMENT ET LE TRAVAIL ADÉQUAT

Hypothèses		Résultats	
Plan	0	Trends	60
Do	60	Cibles	90
Check	55		
Act	55		
<b>Total</b>	<b>170</b>	<b>Total</b>	<b>170</b>
<b>Points</b>	<b>42,5</b>	<b>Points</b>	<b>85</b>

**Tableau 8** Évaluation de sous-critère SO3 (Vodafone 2010/2011)

- **Protection du consommateur**

La société a choisi la tactique de la communication claire et ouverte ce qui la différencie de sa concurrence et apporte un bénéfice non seulement à la société mais aussi à ses clients. Elle fournit aux clients les informations sans « crochets cachés ».

En 2011 la société a démarré la campagne « *Annonceur responsable* ». Elle a décidé d'arrêter d'utiliser la publicité dans les grands panneaux d'affichage à proximité des autoroutes et de diminuer le volume des publicités de télévision. Elle respecte des règles de jeu de fair-play. Ça prouve la somme des résultats de la recherche effectuée en 2010 concernant le sujet de la crédibilité des opérateurs portables quand l'opérateur Vodafone

a été évalué par le nombre de 1300 de répondants avec les deux autres grands opérateurs portables comme le plus crédible.

Dans la partie *Hypothèses* la société est évaluée dans la phase Do pour les méthodes satisfaisant des besoins des consommateurs, dans la phase Check pour le monitoring de leur satisfaction.

Dans la partie *Résultats* elle est évaluée pour la réalisation de sa cible: «Être un leader sur le marché dans le domaine de communication fair-play. »Les trends ne sont pas mesurables.

#### SO4 PROTECTION DU CONSOMMATEUR

Hypothèses		Résultats	
Plan	0	Trends	0
Do	65	Cibles	90
Check	55		
Act	0		
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>Total</b>	<b>120</b>
<b>Points</b>	<b>30</b>	<b>Points</b>	<b>60</b>

**Tableau 9** Évaluation de sous-critère SO4 (Vodafone 2010/2011)

#### 4.2.3 Pilier environnemental

- **Assurance personnelle de la protection de l'environnement, outils volontaires**

Comme la société entreprend dans le secteur de service qui charge beaucoup l'environnement, elle essaie de diminuer tous les impacts au minimum et d'être responsable le plus possible. Elle diminue la consommation du papier, elle utilise le papier recyclé ou elle profite de l'impression recto verso. Pendant les dernières trois années elle a baissé sa consommation du papier non-recyclé de presque 20 tonnes à 4,5 tonnes. L'entreprise assure que ses employés trient des déchets. Ils utilisent les verres à la place des gobelets en plastique. Ils économisent de l'eau car ils n'achètent pas celle emballée.

De plus elle préfère la communication électronique. Elle achète des appareils et des appareils d'éclairage économiques. Plus de 80% des luminaires crée la classe énergétique A.

La société indique dans son rapport qu'elle s'occupe de recyclage des portables. Il fonctionne dans la société alors le processus de collecte, de recyclage et de réutilisation de vieux portables. Le nombre des portables rendus par an pour le recyclage et pour les pièces de rechange depuis 2008 a augmenté de 3500.

Dans la partie *Hypothèses* dans la phase Do elle est évaluée pour les activités pratiquées par rapport de recyclage des portables. Dans la phase Check on évalue le contrôle des processus de recyclage.

La société est évaluée dans la partie *Résultats* pour le trend positif d'augmentation de collecte des portables comme un outil volontaire et l'élargissement du Programme vert à l'aide de la Aucune cible n'était pas définie.

Le point fort de la société repose sur les outils volontaires parmi lesquels nous pouvons ranger le recyclage de vieux portables. Par contre le point faible de la société est l'absence de l'assurance personnelle de la protection de l'environnement.

### **EG1 ASSURANCE PERSONELLE DE LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT, OUTILS VOLONTAIRES**

Hypothèses		Résultats	
Plan	0	Trends	70
Do	60	Cibles	0
Check	60		
Act	0		
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>Total</b>	<b>70</b>
<b>Points</b>	<b>30</b>	<b>Points</b>	<b>35</b>

**Tableau 10** Évaluation de sous-critère EG1 (Vodafone 2010/2011)

- **Accord avec la législation**

La société indique dans son rapport qu'elle respecte des revendications législatives et elle les applique avec les autres normes de tout le groupe.

La société met l'accent sur le fait que ses employés soient conscients du domaine de l'environnement. La société s'occupe de la problématique de la construction du réseau et fait attention à ses bases. Elle indique quelles sont ses revendications législatives. Elle indique qu'elle n'a reçu aucunes sanctions.

Le sous-critère est évalué dans la partie *Hypothèses* dans la phase Do pour la connaissance globale de la protection de l'environnement dans la société et pour l'accomplissement des revendications législatives.

Dans la partie *Résultats* elle est évaluée pour l'application des revendications législatives dans le domaine Trends qui sont stables. Les cibles ne sont pas déterminées.

## EG2 ACCORD AVEC LA LÉGISLATION

Hypothèses		Résultats	
Plan	0	Trends	50
Do	65	Cibles	70
Check	0		
Act	0		
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>Total</b>	<b>120</b>
<b>Points</b>	<b>16,25</b>	<b>Points</b>	<b>60</b>

**Tableau 11** Évaluation de sous-critère EG2 (Vodafone 2010/2011)

- **Impacts de la consommation de l'énergie, des ressources, des matières**

La société se rend compte que les ressources naturelles de la planète sont limitées. C'est pourquoi son grand but est de diminuer les impacts de ses activités sur l'environnement. Au cadre du programme « *Zelená síť* » elle a promis de baisser les émissions de CO2 sur la moitié. Elle y atteint de deux manières: la prise de l'énergie renouvelable et l'économisation de l'énergie au réseau. En 2011 elle arrive avec un nouveau projet du premier réseau vert qui est alimenté de 70 % par l'énergie renouvelable et le reste est compensé par la plantation des arbres. Pour économiser l'énergie au réseau interne elle a remplacé dans ses stations de base de vieilles ampoules à celles de LED.

Certaines stations sont refroidies par un système «free-cooling» ce qui signifie qu'on n'utilise pas de climatisation. La société met aussi l'importance sur l'amélioration du monitoring de l'économisation de l'énergie ce qui l'aide à suivre la consommation sur les localités de Vodafone. Elle aussi rechange des technologies 2G à celles plus économes.

Ce sous-critère est évalué dans la partie *Hypothèses* dans toutes les 4 phases du cycle PDCA. Dans la phase Plan pour la planification de la diminution de la consommation de l'énergie, dans la phase Do pour les démarches réalisées pour cette diminution, dans la phase Check pour le monitoring de la réduction de la consommation et finalement dans la phase Act pour la réalisation de la diminution de la consommation. Comme le trend est évalué le trend de la réduction permanente de la consommation des énergies avec l'accent sur l'usage des énergies renouvelables. Ce trend est évalué comme positif. Concernant les cibles définies toutes ont été accomplies. En ce qui concerne la planification des impacts de la consommation des énergies et des ressources la société me semble très active. C'est sans doute son point fort.

**EG3 IMPACTS  
DE LA CONSOMMATION DE L'ÉNERGIE, DES RESSOURCES,  
DES MATIÈRES**

Hypothèses		Résultats	
Plan	65	Trends	60
Do	70	Cibles	80
Check	70		
Act	40		
<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>Total</b>	<b>140</b>
<b>Points</b>	<b>61,25</b>	<b>Points</b>	<b>70</b>

**Tableau 12** Évaluation de sous-critère EG3 (Vodafone 2010/2011)

- **Impacts environnementaux de la consommation des services**

En fonction de l'élargissement de la capacité du réseau et des émetteurs la société est consciente des impacts sur le paysage. Voilà pourquoi elle s'occupe de la planification sensible, du placement des bases sur des tours déjà existées ou bien du camouflage des bases et des antennes dans une veille zone bâtie ou de la recherche des localités alternatives. La société a créé un standard pour les calculs du champ électromagnétique. Elle a entamé en 2009 le projet « *Nezávislé měření síť* » qui sert à la protection devant le champ électromagnétique.

La société est évaluée dans la partie *Hypothèses* dans la phase Do pour la protection du paysage et de la nature par rapport de ses services.

Dans la partie *Résultats* elle est évaluée pour la cible de protéger la nature pendant la marche de ses services. Les trends ne sont pas mesurables.

**EG4 IMPACTS  
ENVIRONNEMENTAUX DE LA CONSOMMATION DE SERVICE**

Hypothèses		Résultats	
Plan	0	Trends	45
Do	65	Cibles	0
Check	0		
Act	0		
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>Total</b>	<b>45</b>
<b>Points</b>	<b>16,25</b>	<b>Points</b>	<b>22,5</b>

**Tableau 13** Évaluation de sous-critère EG4 (Vodafone 2008/2009, 2010/2011)

- **Impacts environnementaux des outputs**

A l'égard de caractère de l'activité principale de l'entreprise dont celle de télécommunication, les impacts sur l'environnement encadrés par ce sous-critère sont plus ou moins pertinents. En ce qui concerne du traitement des déchets, la société s'efforce de trier des déchets en cadre de l'entreprise. Elle est un exemple d'une société unique, notamment dans le recyclage de vieux portables qui attribue à la diminution importante de la production des déchets. Elle surveille les déchets fabriqués. Elle se



concentre sur le triage des déchets ce qui est une des cibles qu'elle a déterminé à atteindre. La société a annoncé la cible d'utiliser ou de recycler 96% des déchets du réseau et cet engagement a été accompli. La société s'efforce de traiter aussi la consommation de l'eau. Dans ses lieux de travail, elle utilise de l'eau du robinet à la place de celle emballée. Elle traite aussi le sujet de pollution de l'air par la voie de réduction permanente des émissions de CO2. Elle a décidé de déterminer la cible de long terme de diminuer les émissions de CO2 de 50% par rapport de l'année financière 2006/2007.

Ce sous-critère est évalué dans la partie *Hypothèses* dans la phase Do pour l'effort de la réduction des émissions de CO2 et de surveiller la production des déchets. Dans la phase Check elle est évaluée pour la surveillance de cette réduction des déchets.

Dans la partie *Résultats* la société est évaluée pour les cibles qu'elle a définies. Elle les accomplit. Les émissions de CO2 se sont réduits. Les trends sont stables et avec le progrès modéré.

## EG5 IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES OUTPUTS

Hypothèses		Résultats	
Plan	0	Trends	65
Do	70	Cibles	70
Check	65		
Act	0		
<b>Total</b>	<b>135</b>	<b>Total</b>	<b>135</b>
<b>Points</b>	<b>33,75</b>	<b>Points</b>	<b>67,5</b>

**Tableau 14** Évaluation de sous-critère EG5 (Vodafone 2010/2011)

### 4.2.4 Évaluation complète

La société a obtenu 41 points. Il s'agissait de deuxième rapport de la RSE qu'elle a publié depuis 2008. En comparaison avec les résultats de l'évaluation du

premier rapport<sup>20</sup> de la société qui a été réalisé en cadre du mémoire de Eva Jiříčková, il faut dire que ce dernier rapport a marqué une évolution importante et qu'elle a noté certains changements positifs. Si dans son premier rapport ont manqué des documents pour l'évaluation des activités révisées ou bien de la recherche d'une solution, dans ce nouvel rapport c'était différent. Ce rapport a offert assez grand nombre de graphiques et de tableaux comparatifs qui ont bien servi pour le monitoring complexe de l'évolution des données pendant les trois dernières années. La société est tenue à la présentation des indicateurs qui était un bon fond pour l'évaluation des Trends. Vodafone est conscient de ses buts. Dans ce nouveau rapport la société a révisé tous ses buts choisis, comment ils ont été traités et puis elle a indiqué toutes ses cibles futures à atteindre aussi bien de court terme que de long terme.

L'analyse la plus nouvelle nous montre que le pilier le plus fort reste celui environnemental. Le fait que la société est ciblée à la liaison des activités et de vision de la protection de l'environnement a été assez remarquable. En effectuant ses services elle respecte non seulement des revendications législatives mais aussi ses normes internes.

La société se rend compte de l'influence des déchets et de la consommation des substances et des énergies mais par rapport à des années passées elle met un accent plus fort sur la diminution de la consommation de l'énergie. Madame Jiříčková a trouvé l'économisation des eaux insuffisante mais d'après les données actualisées dans le deuxième rapport nous avons vu que l'économisation s'est amélioré grâce au développement d'une classe éco des portables où une des paramètres d'évaluation importante est la somme de la consommation de l'eau dans la production.

Une autre différence qui prouve que la société est en processus d'évolution permanente c'est l'obtention de certificat d'écolabel qui fait partie d'une nouvelle programme « *Zelená kancelář* ». Cet écolabel assure l'épargne des ressources naturelles tout au long du cycle de vie d'un produit minimale, de l'exploitation des matières premières, à travers de la production, jusqu'à son enlèvement comme des déchets. Mais je vois encore un manque en évidence des eaux de déchet, avant tout je m'intéresse si les eaux sont nettoyées par sa propre technologie ou si bien la société est une partie d'un plan d'inondation ce qui n'est pas du tout indiqué dans ce nouveau rapport.

---

<sup>20</sup> La société a obtenu 32 points.

Le domaine qui reste toujours pour la société un élément le plus faible c'est toujours le pilier social. La société sans doute s'occupe parfaitement de ses employés. Elle leur donne non seulement une motivation mais de plus elle soutient leurs familles. Elle crée des conditions favorables pour maintenir ses employés. Elle soutient fortement les occasions égales. Elle s'engage aux activités de la vie publique. Elle a réussi également d'augmenter le nombre total des employés qui s'engagent à la vie publique. Mais concernant ses points faibles, je dois ranger parmi eux la protection du consommateur. Déjà Madame Jiříčková a indiqué dans son évaluation du rapport 2008/2009 que ce domaine avait ses réserves. La communication aux clients est un élément important de la société en vue de ce qu'elle se concentre sur. D'après la révision du rapport il est évident qu'elle ne s'occupe pas trop de mesure des plaintes des clients. Ce disant je considère assez clé que l'entreprise de communication communique suffisamment avec ses clients.

Le rapport donne une image de la société « soignante ». Mais il n'y pas d'informations de la formation des employés. Elle pourrait être plus transparente et d'être ouverte à toutes les parties.

Concernant le controlling de ses activités, elle pourrait s'en concentrer plus. Comme la performance de l'entreprise découle d'une performance individuelle de chaque employé, je recommanderais de se cibler au développement des potentiels des employés. J'insisterais à offrir des cours de formation qui pourraient remplir un rôle de motivation et en même temps de profiler les employés en les aidant à la croissance de carrière.

Je considérerais aussi bénéfique de créer un système rétroactif qui surveillerait plus les besoins du client.

Le pilier économique s'occupe avant tout des informations principales concernant propre interprétation de la responsabilité sociale, la détermination des parties prenantes et de la communauté. La société apporte une attention à ses fournisseurs. Je suis persuadée qu'il serait un apport pour la société de s'occuper plus du concept de la RSE dans tous ses domaines. Je renforcerais la formation des employés de la RSE. L'auteur dans son évaluation du rapport 2008/2009 a critiqué l'absence d'un audit du rapport de la RSE. Et c'est juste l'affaire par laquelle le nouveau rapport a été enrichi. La société a été soumise au contrôle aléatoire des données choisies et aux dialogues avec les employés de la société.

L'évaluation du rapport était en grande partie positive bien qu'elle attire l'attention sur le potentiel inexploité de la responsabilité sociale.

# Conclusion

Le but de ce mémoire a été l'évaluation de la responsabilité sociale d'une plus grande société de télécommunication Vodafone, s.a. à l'aide de la méthode tchèque KORP . A l'issue de cette méthode l'entreprise pouvait obtenir au minimum 0 et au maximum 100 points. Après avoir analysé les deux rapports de la RSE, alors le premier de l'année 2008/2009 et le deuxième des années 2009/2010 et 2010/2011 <sup>21</sup> et toutes les autres informations accessibles l'entreprise a obtenu 41 points. Il s'agit de résultat qu'il peut faire sembler d'être médiocre, c'est moins que 50 % mais si nous prenons en considération l'état économique, social et environnemental de cet entreprise dans l'évaluation en 2009, j'ose dire qu'il s'agit d'un résultat assez positif. La société s'est amélioré pendant les deux années entrecoupées dans tous les trois domaines clé.

Dans le pilier économique elle a avancé par l'implémentation du contrôle des données présentées dans le rapport même si elle pourrait s'occuper plus du planning des moyens financiers.

A la suite, l'évaluation du pilier social nous a montré qu'il reste encore le domaine le plus faible. La société s'occupe beaucoup du bien de ses employés mais elle pourrait investir plus d'effort dans le système de contrôle des relations aux clients. Par conséquence je lui ai recommandé de générer un système ciblé juste aux besoins de ses clients.

Dans le pilier environnemental la société a renforcé l'économisation des eaux. Malgré ce fait je lui ai recommandé pour les années à venir de se cibler plus à l'évidence des eaux de déchets et de développement d'une propre technologie de nettoyage des eaux. L'évaluation du rapport était en grande partie positive bien qu'elle attire l'attention sur le potentiel inexploité de la responsabilité sociale. Vodafone s.a. est d'après moi une entreprise prometteuse, avec un fort potentiel de changer positivement son environ, la société et en même temps de contribuer à la moins grande dégradation de notre planète parce qu'elle se rend compte que c'est juste elle qui représente la plus grande source du bien.

---

<sup>21</sup> À l'appui sur le rapport 2010/2011

# Résumé

Le but de ce mémoire a été l'évaluation du concept de la Responsabilité sociale des entreprises (RSE) dans la société de télécommunication Vodafone,s.a. en utilisant la méthode tchèque KORP. La question principale en quelle mesure est l'entreprise Vodafone,s.a. socialement responsable a été répondue par l'analyse documentaire des rapports annuels. Selon le système des critères de la méthode KORP, nous avons trouvé que l'entreprise était une entreprise relativement fortement socialement responsable mais certains domaines à améliorer restent, avant tout celui social.

# Anotace

Příjmení a jméno autora:	Šupíková Michaela
Název fakulty:	Filozofická fakulta
Název katedry:	Katedra romanistiky
Název diplomové práce:	L'évaluation de la RSE par méthode KORP dans l'entreprise Vodafone,s.a.
Vedoucí diplomové práce:	Mgr. Šárka Koníčková
Počet stran:	55
Počet znaků:	71 686
Počet příloh:	3
Počet titulů použité literatury:	10

Klíčová slova: společenská odpovědnost firem, triple bottom line, zainteresované strany, metoda KORP, Demingův cyklus

Charakteristika: Cílem této bakalářské práce je zhodnocení konceptu Společenské odpovědnosti firem v jedné z nejrychleji se rozvíjejících telekomunikačních firem Vodafone,a.s. Základní metodou použitou v této práci pro hodnocení je česká metoda KORP. Práce se snaží zodpovědět na otázku do jaké míry je firma Vodafone, a.s. společensky odpovědnou, a to s využitím analýzy dokumentů v podobě dvou výročních zpráv za období 2008/2009 a 2010/2011.

# Annotation

Author: Šupíková Michaela  
Faculty: Faculty of Arts  
Department: Department of Roman Studies  
Thesis: Evaluation of the CSR by Czech Method KORP in  
the enterprise Vodafone.a.s.  
Supervisor: Mgr. Koníčková Šárka  
Number of Pages : 55  
Number of Characteristics: 71 686  
Number of Annexes : 3  
Number of Titles of Used Literature: 10

Key Words: Corporate Social Responsibility, triple bottom line, involved parties, KORP method, Deming's cycle

Characteristics: The goal of the Bachelor Thesis is the evaluation of the Corporate Social Responsibility concept in one of the fastest growing corporations which is Vodafone,a.s. The basic method used in the thesis is the czech method KORP. The thesis suggests a response to the question of the extent of social responsibility of the Vodafone, a.s. corporation using the application of the documents' analysis in the form of two annual reports from the period 2008/2009 and 2010/2011.



# Bibliographie

## *Oeuvres littéraires:*

[1] **JEHO SVATOST DALAJLAMA, MUYZENBERG, van den L.** *Cesta pravého vůdce*, Praha: Management Press. 2009. 189 p. ISBN 978-80-7261-196-6.

[2] **KUBÁLOVÁ, P.** *Sociální nebo marketing?* [online]. 2008. [cit.06/2008],  
Accessible sur WWW : <<http://zpravodaj.feminismus.cz/clanek.shtml?x=2043761&als%5Bnm%5D=2044443>>

[3] **KULDOVÁ, L.** *Společenská odpovědnost firem - Etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi*. 1. vyd. Kanina: OPS. 2010. 189 p. ISBN 978-80-87269-12-1.

[3] **GREGOR, F.** *Společenská odpovědnost firem a ochrana životního prostředí: jak hodnotit odpovědnost korporací?*, Zelený kruh. 2010. 31 p. ISBN 978-80-254-0204-7.

[4] **JIRÍČKOVÁ, E.** *Zhodnocení společenské odpovědnosti u vybraných organizací metodou KORP*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta podnikohospodářská, 2010. 103 p. Vedoucí diplomové práce Ing. Alena Plášková, CSc.  
Accessible sur WWW:  
<[http://www.csronline.cz/wpcontent/uploads/2012/11/DP\\_Eva\\_Jirickova\\_metoda\\_KORP.pdf](http://www.csronline.cz/wpcontent/uploads/2012/11/DP_Eva_Jirickova_metoda_KORP.pdf)>

[5] **PAVLÍK, M., BĚLČÍK, M. et al.** *Společenská odpovědnost organizace – CSR v praxi a jak s ním dál*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing. 2010. 169 p. ISBN 978-80-247-3157-5.

[6] **PETŘÍKOVÁ, R., HOFBRUCKEROVÁ, Z., LEŠINGROVÁ, R., HERCÍK, P.** *Společenská odpovědnost organizací*. 2008. ISBN 978-80-7454-068-4.

[7] **PRACHAŘ, J., PLÁŠKOVÁ, A.** *Společenská odpovědnost organizací (CSR) - Aplikace a hodnocení*. 1. vyd. Rada kvality ČR, Sdružení korektního podnikání, Sdružení pro cenu ČR za jakost. 2008. 123 p. ISBN 978-80-02-01989-3.

[8] **PRSKAVCOVÁ, M., MARŠÍKOVÁ, K. et al.** *Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností*, Technická univerzita v Liberci. 2008. 162 p. ISBN 978-80-7372-436-8.

[9] **ROSDAHL, A.** *The Social Responsibility of Enterprises. Some conceptions and perspectives*. Copenhagen: The Danish National Institute Of Social Research. 2002. 40 p. Accessible sur WWW:  
<[http://www.sfi.dk/Files/Filer/SFI/Pdf/Working\\_papers/workingpaper2000\\_2.pdf](http://www.sfi.dk/Files/Filer/SFI/Pdf/Working_papers/workingpaper2000_2.pdf)>

[10] **STEINEROVÁ, M., VÁCLAVÍKOVÁ, A., MERVART, R.** *Společenská odpovědnost firem – průvodce nejen pro malé a střední podniky*. 2.vyd. Praha: Business Leaders Forum Top Partners. 2008. 27 p. Accessible sur WWW:  
<<http://www.csr-online.cz/Page.aspx?pruvodce&pruvodce>>

[11] **TRNKOVÁ, J.** *Společenská odpovědnost firem*. 2. vyd. Praha: Business Leaders Forum. 2010. 58 p. Accessible sur WWW : <<http://www.blf.cz/csr/cz/vyzkum.pdf>>

### *La liste de sites web:*

[12] *Le blog de la responsabilité sociale des entreprises* [online]. 2009. [cit. 03-09-2009]. Accessible sur WWW: <<http://nouvelles-de-larse.blogspot.cz/2009/03/definition-de-la-rse.html>>

[13] *Korektní podnikání* [online]. 2010. [cit. 02-04-2010]. Accessible sur WWW : <<http://www.korektnipodnikani.cz/>>.

[14] *Bussiness Leaders Forum* [online]. 2009. [cit. 03-09-2009]. Accessible sur WWW: <<http://www.csr-online.cz/>>

[15] *Bussiness Leaders Forum* [online]. 2009. [cit. 03-09-2009]. Accessible sur WWW: [http://www.csr-online.cz/wpcontent/uploads/2012/11/DP\\_Eva\\_Jirickova\\_metoda\\_KORP.pdf](http://www.csr-online.cz/wpcontent/uploads/2012/11/DP_Eva_Jirickova_metoda_KORP.pdf)

[16] *KYOS CONSEIL* [online]. 2010.[cit.05-06-2010]. Accessible sur WWW: <[http://kyos-conseil.blogs.com/kyos\\_conseil/2005/07/ddefinition\\_de\\_la.html](http://kyos-conseil.blogs.com/kyos_conseil/2005/07/ddefinition_de_la.html)>

[17] *REPORTING DEVELOPPEMENT DURABLE* [online]. 2011. [cit.05-08-2011]. Accessible sur WWW: <[www.reportingrse.org/cadre\\_international\\_de\\_la\\_rse-p-7.html](http://www.reportingrse.org/cadre_international_de_la_rse-p-7.html)>

[18] *CSR Europe* [online]. 2008. [cit.19-02-2008]. Accessible sur WWW: <[http://www.csreurope.org/news.php?type=&action=show\\_news&news\\_id=1150](http://www.csreurope.org/news.php?type=&action=show_news&news_id=1150)>

[19] *Institut RSE Management* [online]. 2013. [cit.17-04-2013]. Accessible sur WWW: <<http://www.institutrse.com/actualite-rse/actualites-de-la-rse/publication-du-projet-de-directive-europeenne-prevoyant-un-reporting-extra-financier-obligatoire.html>>

[20] *Ministère des Affaires Etrangères* [online]. 2011. [cit.19-04-2011]. Accessible sur WWW: <[http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/mez\\_ekon\\_organizace\\_12363.html](http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/mez_ekon_organizace_12363.html)>

[21] *Global Impact* [online]. 2012. [cit.10-01-2012]. Accessible sur WWW: <<http://www.globalimpact.be/globalimpact.html>>

[22] *Vodafone Czech Republic a.s.* [online]. 2012. [cit.10-11-2012]. Accessible sur WWW:< <http://www.vodafone.cz/o-vodafonu/o-spolecnosti/historie-a-fakta/fakta-a-cisla/>>

[23] *Internship* [online]. 2011. [cit.12-11-2011]. Accessible sur WWW: [online] <<http://internships.about.com/od/internships101/a/whatisjobshadowing.htm>>

**[24]** *Vedura* [online]. 2012. [cit. 02-06-2012]. Accessible sur WWW:  
<<http://www.vedura.fr/gouvernance/partie-prenante-entreprise>>

## La liste des abréviations:

**GRI.....**Global Reporting Initiative

**KORP...** Korektní podnikání (L'entreprise correcte)

**ONU.....**Organisation des Nations unies

**RSE .....**Responsabilité sociale des entreprises

# Annexes

**Annexe 1** : Tableau des critères et des sous-critères dans le domaine économique <sup>22</sup>

HYPOTHÈSES	RÉSULTATS
<b>MANAGEMENT ET ASSURATION ORGANISATIONELLE DE LA RSE (EM1)</b>	
EM1P1 Nomination d'un représentant de la RSE	
EM1P2 Nomination d'une équipe de la RSE	
EM1P3 Identification des parties prenantes clés	
EM1P4 Détermination du domaine d'activité, de la stratégie et des cibles de l'organisation	
EM1P5 Entraînement des employés dans la RSE et du travail d'équipe	
EM1P6 Documents de la RSE	
EM1P7 Archives de la RSE (documenter toutes les activités et tous les résultats pertinents)	
EM1P8 Gestion des documents et archives	

---

<sup>22</sup> Informations de PLÁŠKOVÁ, Alena, et al. Společenská odpovědnost firem (CSR) : Aplikace a hodnocení: podnikatelský sektor [online]. 2me édition actualisée. Praha : Národní informační středisko podpory kvality, 2009 [cit. 2010-03-10]. Accessible sur WWW: <<http://www.npj.cz/tmce/INT-publikace%20/79.pdf>>.

EM1P9 Interconnexion des activités liées à la RSE avec les activités courantes de travail	
EM1P10 Assurance organisationnelle de la création de Rapport de la RSE	
EM1P11 Système d'amélioration – l'identification des côtés forts, des occasions à améliorer	
EM1P12 Monitoring et évaluation – le plan et l'application	
EM1P13 Audits et système d'évaluation d'entente avec la législation, des normes et des engagements adoptés	
<b>PERFORMANCE ÉCONOMIQUE (EM2)</b>	
EM2P1 Planning systématique de la performance économique et sa structure	EM2V1 Résultats directs économiques
EM2P2 Planning de la charité et des activités d'utilité publique	EM2V2 Impacts financiers et les autres risques et occasions pour les activités de l'entreprise qui découlent des changements du climat
EM2P3 Management des risques économiques –analyse et gestion	EM2V3 Autres impacts financiers
EM2P4 Planning des recettes des produits	EM2V4 Aide financier reçu

(produits, services)	
EM2P5 Planning des recettes et des dépenses liées au capital et au bien matériel	
EM2P6 Planning des recettes et des dépenses liées au capital et au bien immatériel	
EM2P7 Management des projets	
<b>INFLUENCES DIRECTES ÉCONOMIQUES SUR LA COMMUNAUTÉ (EM3)</b>	
EM3P1 Identification de la communauté	EM3V1 Écart des rapports des salaires de départ standards – salaire minimum dans les localités de service importantes
EM3P2 Approches définies au recrutement des employés	EM3V2 Approche de recrutement local, la part des managers de haut niveau embauchés localement
EM3P3 Approches définies à l'achat	EM3V3 Politique, pratique et la part des achats auprès des sous- traitants locaux dans les localités locales importantes
<b>INFLUENCES INDIRECTES ÉCONOMIQUES SUR LA COMMUNAUTÉ (EM4)</b>	
EM4P1 Exploration des influences positives et négatives sur la communauté	EM4V1 Développement et l'influence des investissements et des services fournis pour le bien du public
EM4P3 Édification des services publics desquels on n'attend pas le profit direct	
EM4P4 Exploration de l'influence sur le développement de l'emploi	



EM4P5 Exploration de l' influence sur la propagation de la culture et know-how, le soutien de l'éducation , outplacement des employés	
---	--

**Annexe 2** : Tableau des critères et des sous-critères dans le domaine social<sup>23</sup>

<b>HYPOTHÈSES</b>	<b>RÉSULTATS</b>
<b>DROITS DE L'HOMME (SO1)</b>	
SO1P1 Code éthique	SO1V1 Code éthique
SO1P2 Mesures antidiscriminatoires visibles, méthodes, instructions	SO1V2 Formation des employés par rapport des politiques et des méthodes concernant les droits de l'homme
SO1P3 Formation des employés dans le domaine des droits de l'homme	SO1V3 Effectif des cas de discrimination et des mesures adoptées
SO1P4 Négociation collective	SO1V4 Mesures adoptées pour le soutien des droits de liberté de rassemblement ou de négociation collective
SO1P5 Evidence des incidents et des plaintes dans le domaine des droits de l'homme	SO1V5 Activités avec un risque des cas du travail forcé ou involontaires et les mesures acceptées dans le but de son élimination

<sup>23</sup> Informations de PLÁŠKOVÁ, Alena, et al. Společenská odpovědnost firem (CSR) : Aplikace a hodnocení: podnikatelský sektor [online]. 2me édition actualisée. Praha : Národní informační středisko podpory kvality, 2009 [cit. 2010-03-10]. Accessible sur WWW: <<http://www.npj.cz/tmce/INT-publikace%20/79.pdf>>.

SO1P6 Soins des droits de l'homme des fournisseurs	SO1V6 Activités avec un risque des cas de travail des enfants et de travail dangereux des mineurs et les mesures acceptées pour leur élimination
	SO1V7 Nombre des fournisseurs importants auprès desquelles des négociations contiennent les clauses des droits de l'homme
<b>COMMUNAUTÉ , CORRUPTION, POLITIQUE PUBLIQUE, COMPORTEMENT CONCURRENTIEL, ACCORD AVEC LA LÉGISLATION (SO2)</b>	
SO2P1 Contacts avec la communauté	SO2V1 Influence des activités de l'entreprise sur la communauté et à l'inverse
SO2P2 Tous les types d'engagement dans la vie publique	SO2V2 Nombre des employés formés dans les politiques d'anticorruption et des méthodes de l'entreprise
SO2P3 Politiques d'anticorruption et des méthodes de l'entreprise	SO2V3 Mesures acceptées dans le domaine de la corruption
	SO2V4 Résultats d'engagement vis-à-vis du public, part au développement de la politique publique, lobbying
	SO2V5 Fierté aux parties politiques, aux politiciens
	SO2V6 Valeur totale des indemnités financières et non-financières sur les activités publiques
	SO2V7 Interventions administratives au cadre de la protection de compétition économique

	SO2V8 Sanctions financières et non-financières pour les désaccords avec les lois et des normes
<b>RÉCRUTEMENT ET TRAVAIL ADÉQUAT (SO3)</b>	
SO3P1 Existence d'une politique personnelle convenable et des méthodes	SO3V1 Employeurs (possible d'indiquer en %)
SO3P2 Ressources humaines – évidence, analyses, possibilité de construire des rapports	SO3V2 Fluctuation de la force de travail (possible d'indiquer en %)
SO3P3 Programmes de motivation	SO3V3 Bénéfices
SO3P4 Système de formation des employés	SO3V4 Activités de formation des employés Soutient des employés partant
SO3P5 Système pour la solution des plaintes des employés	SO3V5 Nombre d'heures de formation et d'entraînement d'un employé par an selon la catégorie de l'employé
SO3P6 Système de soin de BOZP	SO3V6 Surveillance de performance des employés et leur développement de carrière
	SO3V7 Solution des plaintes des employés
	SO3V8 Sécurité et protection de la santé au travail
	SO3V9 Accidents au travail, maladies de métier

PROTECTION DU CONSOMMATEUR (SO4)	
SO4P1 Revendications sur les produits fournis aux clients	
SO4P2 Evaluation de cycle de vie des produits	SO4V2 Informations des produits matériaux
SO4P3 Programmes pour le respect des lois, normes et des obligations concernant la communication marketing inclus l'annonce, la promotion et le sponsoring. Gestion de registre des désaccords avec les demandes sur les produits fournis	SO4V3 Nombre total des cas des désaccords avec des normes et des engagements volontaires en vue de désignation des informations des produits matériaux et des services
SO4P4 Monitoring et mesure de la satisfaction du client	SO4V4 Résultats concernant la satisfaction du client inclus les résultats de mesure de questionnaire de la satisfaction du client
SO4P5 Réclamation et des plaintes des clients	SO4V5 Nombre total des cas des désaccords avec des normes et des engagements volontaires en vue de communication marketing y compris l'annonce, la promotion et le sponsoring selon les types des outputs
SO4P6 Informations fournis aux clients	SO4V6 Nombre total des plaintes justifiées en vue de la rupture du privé du client
	SO4V7 Valeur totale des amendes importantes pour les désaccords avec les lois et les normes concernant le fournissement et l'utilisation des produits matériaux et des services

**Annexe 3** : Tableau des critères et des sous-critères dans le domaine environnemental<sup>24</sup>

<b>HYPOTHÈSES</b>	<b>RÉSULTATS</b>
<b>GARANTIE PERSONNELLE DE PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT, OUTILS VOLONTAIRES (EG1)</b>	
EG1P1 Garantie personnelle de sécurité de l'environnement	EG1V1 Outils volontaires
EG1P2 Outils volontaires	
<b>ACCORD AVEC LA LÉGISLATION (EG2)</b>	
EG2P1 Respect des revendications législatives	EG1V1 Revendications législatives pertinentes
EG2P2 Regard général sur la protection de l'environnement	EG2V2 Application des revendications législatives pertinentes sur les activités de l'entreprise
EG2P3 Indicateurs économiques	EG2V3 Taxes et sanctions
<b>IMPACTS DES CONSOMMATIONS DE L'ÉNERGIE, DES RESSOURCES ET DES SUBSTANCES (EG3)</b>	
EG3P1 Planification des impacts environnementaux des consommations de l'énergie	EG3V1 Activités liées à la baisse de la consommation de l'énergie électrique et du gaz

<sup>24</sup> Informations de PLÁŠKOVÁ, Alena, et al. Společenská odpovědnost firem (CSR) : Aplikace a hodnocení: podnikatelský sektor [online]. 2me édition actualisée. Praha : Národní informační středisko podpory kvality, 2009 [cit. 2010-03-10]. Accessible sur WWW: <<http://www.npj.cz/tmce/INT-publikace%20/79.pdf>>.

EG3P2 Planification des impacts environnementaux des consommations des ressources et des matières	EG3V2 Activités liées à la baisse de la consommation de l'eau
	EG3V2 Activités liées à la baisse de la quantité et du danger des matériaux et des produits chimiques entrant
<b>IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DE LA PRODUCTION ET DES SERVICES (EG4)</b>	
EG4P1 Surveillance et la gestion de la production	EG4V1 Activités de la production
EG4P2 Surveillance et la gestion des services pendant leur application	EG4V2 Services internes et externes
<b>IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DES OUTPUTS (EG5)</b>	
EG5P1 Pollution de l'air, impacts sur le couche d'ozone	EG5V1 Évidence et gestion de la protection de l'air
EG5P2 Production des déchets	EG5V2 Traitement des déchets
EG5P3 Pollution de l'eau et le traitement de l'eau	EG5V3 Traitement de l'eau
	EG5P4 Évidence des accidents et des événements de service

**Annexe 4 : Tableau 2 - panneau de l'évaluation des résultats - la différenciation tenue**

25

Échelle	0-10	11-30	31-50	51-70	71-90	91-100
Trends	Pas de mesure/ mesure nulle	Trend négatif	Trends stable et le progrès modéré	Trend augmentation	Progrès notable	Comparaison positive de tous les domaines des résultats avec les organisations correspondantes
Nombre des points						
Cibles	Informations nulles ou juste sans fondement	Résultats n'accomplissent pas des cibles données	Plusieurs cibles données accomplies	La plupart des cibles accomplies	Toutes les cibles sont accomplis	Toutes les cibles réalisées et comparées avec les autres organisations
Nombre des points						
				Total sur 200		
				Nombre des points sur 100		

---

<sup>25</sup> Informations de PLÁŠKOVÁ, Alena, et al. Společenská odpovědnost firem (CSR) : Aplikace a hodnocení: podnikatelský sektor [online]. 2me édition actualisée. Praha : Národní informační středisko podpory kvality, 2009 [cit. 2010-03-10]. Accessible sur WWW: <<http://www.npj.cz/tmce/INT-publikace%20/79.pdf>>.

## Annexe 5 : Panneau pour l'évaluation des hypothèses – la différenciation tenue<sup>26</sup>

PHASE, niveau	Échelle	0-10	11-30	31-50	51-70	71-90	91-100
	Preuves	Preuves nulles ou seulement certaines imaginations	Certaines preuves non persuasives concernant de certains domaines	Quelques preuves concernant les domaines pertinents	Preuves persuasives concernant la plupart des domaines	Preuves très persuasives concernant la plupart des domaines	Preuves excellentes concernant tous les domaines
PLAN (planifie)	Planification découle des besoins et des visions des parties prenantes. On en réalise régulièrement dans les secteurs respectifs de l'organisation						
	Nombre des points						
DO (réalise)	Réalisation est gérée à l'aide des processus définis et responsabilités et elle est diffusée dans les autres secteurs de l'organisation						
	Nombre des points						
CHECK (révise)	Processus définis sont régulièrement surveillés et révisés dans les secteurs de l'organisation						
	Nombre des points						
ACT (pratique)	Après avoir reçu des résultats du contrôle dans tous les secteurs de l'organisation on réalise des activités						
	Nombre des points						

<sup>26</sup> Informations de PLÁŠKOVÁ, Alena, et al. Společenská odpovědnost firem (CSR) :

Aplikace a hodnocení: podnikatelský sektor [online]. 2me édition actualisée. Praha : Národní informační středisko podpory kvality, 2009 [cit. 2010-03-10]. Accessible sur WWW:

<<http://www.npj.cz/tmce/INT-publikace%20/79.pdf>>.



	ciblées sur la réparation et l'amélioration						
	Nombre des points						
						Total sur 400	
						Nombre des points sur 100	