

Rapports Créatifs et Durabilité : Naviguer entre Performance Symbolique et Réelle

Ana-Maria Macarie

Comptabilité et Audit

Université Babeş-Bolyai; Faculté d'Économie
et d'Administration des Affaires
Cluj Napoca, Romania
anamaria.macarie@econ.ubbcluj.ro

Adriana Tiron Tudor

Comptabilité et Audit

Université Babeş-Bolyai; Faculté d'Économie
et d'Administration des Affaires
Cluj Napoca, Romania
adriana.tiron@econ.ubbcluj.ro

Résumé — Cette recherche examine, résume, met en évidence et évalue l'état actuel des connaissances explorant la relation entre la comptabilité créative et le reporting non financier. Notre analyse bibliométrique, basée sur 100 articles publiés entre 2014 et 2024, propose un examen systématique de l'évolution et de la structure des connaissances dans la recherche sur le greenwashing. L'analyse bibliométrique a révélé une compréhension approfondie de la manière dont la gestion des impressions et des résultats est utilisée dans le reporting de durabilité et comment la diversité de genre au sein du conseil d'administration peut devenir un facteur atténuant. Par le biais de la cartographie thématique et de l'analyse de contenu, nous avons identifié comment les entreprises manipulent les rapports non financiers pour présenter une image favorable. De plus, l'étude met en évidence une tension persistante entre les objectifs de durabilité et la performance financière, en proposant des recommandations pour une transparence accrue afin de répondre à la conscience environnementale des parties prenantes.

Mots-clés — *greenwashing, comptabilité créative, gestion des impressions, rapport de durabilité*

I. INTRODUCTION

Il est reconnu dans la littérature que la divulgation d'informations environnementales et sociales peut servir d'instrument pour détourner l'attention des parties prenantes. Pour cette raison, nous faisons face à une augmentation des pratiques de greenwashing. Dans ce contexte, la comptabilité peut jouer un rôle modérateur entre les attentes des actionnaires et la volonté des gestionnaires d'investir. Il est donc important de comprendre les développements actuels des connaissances dans les pays européens et de mettre en lumière les écarts entre la littérature et la pratique. Cette recherche vise à évaluer la perception du reporting de durabilité dans le contexte de l'augmentation des pratiques de greenwashing. Par le biais d'une analyse bibliométrique, nous avons identifié les thèmes les plus marquants de la littérature récente et des orientations possibles pour les recherches futures. Le projet propose deux questions de recherche :

- Quels sont les principaux thèmes de recherche concernant le reporting non financier dans le contexte des pratiques de comptabilité créative?

L'analyse bibliométrique offrira une visualisation des principaux thèmes abordés par les chercheurs dans le débat sur l'influence de la comptabilité créative sur le reporting non financier. L'analyse de contenu révélera un examen approfondi de l'interaction entre la comptabilité créative, en particulier le greenwashing, et la valeur de l'entreprise.

- Quelles sont les orientations futures de la recherche concernant le greenwashing ?

Les informations tirées de la revue de la littérature ouvrent des perspectives pour des recherches futures afin d'explorer les mécanismes par lesquels le reporting extra-financier est influencé par un ensemble de facteurs tels que le cadre réglementaire, la gouvernance d'entreprise, l'engagement des

parties prenantes et, bien sûr, les pratiques de comptabilité créative.

Cet article est structuré comme suit. La deuxième partie, qui suit cette introduction, présente une brève analyse du cadre réglementaire et résume les bases conceptuelles du greenwashing en proposant différentes définitions, en classant le greenwashing selon les comportements de divulgation. Dans la dernière partie, nous nous concentrons sur la méthodologie et discutons des principaux résultats en répondant aux questions de recherche. Enfin, les conclusions résumeront les résultats et les orientations pour les recherches futures.

II. FONDEMENTS CONCEPTUELS

En étudiant les différentes définitions, nous avons pu observer la nature multidisciplinaire du greenwashing, qui se mêle à des termes tels que tromperie, éthique, pratiques écologiques, marketing vert, stratégie de communication, marketing trompeur (Pimonenko et al., 2020; Torelli et al., 2020), avantage sur le marché, fausses déclarations et image environnementale (Szabo et al., 2021; Lyon et al., 2015). Le greenwashing est un phénomène très présent, résultant des efforts des entreprises pour tirer profit du compromis entre la conformité environnementale et la volonté d'investir vers cet objectif (Mutuc et al., 2019).

Le greenwashing est considéré à travers les prismes de la divulgation sélective, du découplage et de la théorie de la légitimité des entreprises. La divulgation sélective signifie une communication stratégique par laquelle les entreprises ne mettent en avant que les aspects positifs de leur performance environnementale et évitent de donner des détails sur les résultats négatifs (Marquis et al., 2016). L'objectif est d'établir une image positive de l'entreprise en dissimulant toute violation environnementale ou mauvaise pratique de durabilité.

En termes simples, le découplage signifie des actions ou une communication symboliques sans actions effectives. Il est souvent décrit comme la différence entre parler et agir pour construire une illusion de responsabilité environnementale. Le découplage est caractérisé par des gestes symboliques, des déclarations publiques et un branding éco-responsable (Gull et al., 2023). La théorie de la légitimité englobe tous les mécanismes par lesquels les entreprises construisent et maintiennent leur légitimité aux yeux de la société stakeholders (de Freitas et al., 2020). La théorie affirme que les entreprises doivent être socialement acceptables, respecter les normes sociétales et obtenir l'approbation des parties prenantes.

III. METHODOLOGIE ET ANALYSE DE CLUSTER NETWORKS

Le chapitre de méthodologie décrit l'approche systématique utilisée pour explorer les tendances et les thèmes du greenwashing et du reporting de durabilité. Grâce à une analyse bibliométrique et de clustering, l'étude identifie et catégorise les recherches pertinentes, mettant en lumière les sujets et les relations clés dans la littérature. Ce processus structuré fournit

une base claire pour examiner l'évolution et la portée des pratiques de greenwashing dans les rapports d'entreprise.

A. Méthodologie

L'étude bibliométrique porte sur 100 articles publiés entre les années 2014 et 2024. La période choisie a pour but de capturer les récents changements réglementaires en matière de reporting non financier, c'est-à-dire la mise en œuvre de la Directive sur le Reporting Non-Financier en 2014, qui sera remplacée par la Directive sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises publiée en avril 2021. L'étude comprend un total de 61 sources qui nous ont permis d'analyser comment la relation entre la comptabilité créative et le reporting non financier a été perçue et traitée dans la littérature au cours de la dernière décennie.

Les principales bases de données pour la recherche proposée étaient Scopus et Web of Science. Nous avons utilisé un processus automatisé de sélection, de tri et de notation des articles afin d'obtenir une base de données gérable pour l'analyse de contenu. Bien que la plupart des outils automatisés ne permettent pas de reproduire un système de notation sur une échelle de Likert, Covidence permet de personnaliser les critères de notation pour filtrer et classer les articles.

B. Analyse de Cluster Networks

La littérature reconnaît l'influence des pratiques de comptabilité créative dans le reporting de durabilité, par exemple à travers l'utilisation de visuels comme forme de gestion des impressions (Arouri et al., 2021; Sundarasan et al., 2024). L'objectif est de provoquer des réactions émotionnelles et de créer un lien avec le lecteur.

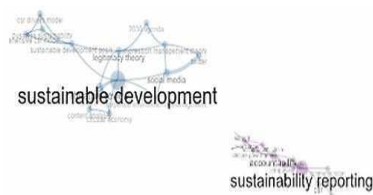


Fig 1. Cluster Network 1

La nature narrative du reporting non financier permet aux entreprises d'utiliser le langage, les images et les formats qui suggèrent la durabilité sans mettre en œuvre des pratiques significatives. Alawattage et al. (2023) perçoivent le greenwashing comme des actions superficielles et trompeuses qui ne contribuent pas à la durabilité. Les auteurs soulignent l'émergence d'un marché symbolique, où le reporting de durabilité est valorisé non seulement pour son impact substantiel, mais aussi pour son capital symbolique, ce qui conduit à des accusations de greenwashing.

La littérature révèle des mécanismes qui peuvent freiner l'utilisation du greenwashing. Plusieurs études ont analysé divers aspects de la structure du conseil d'administration, tels que la taille du conseil, la diversité de genre (Birindelli et al., 2024), l'indépendance et la présence d'un comité de durabilité. Ghitti et al. (2024) examinent comment les mécanismes de gouvernance d'entreprise peuvent influencer l'utilisation des pratiques de greenwashing, en particulier la divulgation sélective. Les auteurs ont identifié trois caractéristiques du conseil d'administration ayant un impact sur le reporting de durabilité, telles que l'indépendance des administrateurs, la taille du conseil et la diversité de genre. Les administrateurs indépendants peuvent chercher à projeter une image plus verte pour améliorer leur réputation, tandis que les membres féminins du conseil ont tendance à promouvoir des pratiques environnementales plus authentiques.

La Théorie de la socialisation de genre explique les différences de comportement entre les hommes et les femmes, suggérant que les femmes ont tendance à mieux gérer les dilemmes éthiques, en se concentrant sur des pratiques durables qui profitent à la société et à l'environnement plutôt que sur des bénéfices à court terme (Zahid et al., 2023).

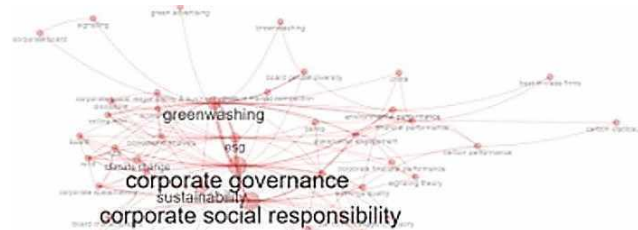


Fig 2. Cluster Network 2

La littérature débat encore de l'influence positive et négative du greenwashing sur la gestion de la performance, soulignant l'importance de l'interaction avec les parties prenantes. De nos jours, nous assistons à un changement dans les connaissances et la sensibilisation des parties prenantes, ce qui exige plus de transparence dans le reporting et des actions d'entreprise plus significatives. Pour cette raison, des pratiques créatives ont également été employées dans le reporting non financier, reflétant la lutte incessante des entreprises pour obtenir une meilleure réputation pouvant être convertie en rentabilité (Cohen, 2023). Des études démontrent qu'à mesure que la sensibilisation et les connaissances environnementales augmentent parmi les parties prenantes, l'efficacité des pratiques de greenwashing diminuera finalement et se retournera contre les entreprises.



Fig 3. Cluster Network 3

Les auteurs discutent également des coûts associés aux faux signaux et conseille aux entreprises de faire attention à satisfaire les attentes des parties prenantes. À cet égard, Rahman et al. (2023) ont également tiré la sonnette d'alarme sur la prise de conscience du greenwashing parmi les parties prenantes, en particulier dans les pays en développement. Le marché devient de plus en plus sensible à l'impact environnemental des actions des entreprises et réagit rapidement à la transparence des marques, à l'honnêteté, à l'image de marque verte et à l'engagement environnemental. Le même effet a été identifié par Neureiter et al. (2023), qui ont étudié les effets des déclarations de greenwashing dans la publicité environnementale des compagnies aériennes. La recherche souligne qu'aujourd'hui, les consommateurs sont capables de détecter le greenwashing dans des affirmations floues en raison de la connaissance accrue de l'environnement. Ces études montrent qu'à mesure que la prise de conscience et les connaissances environnementales augmentent chez les parties prenantes, l'efficacité des pratiques de greenwashing diminuera progressivement et finira par se retourner contre les entreprises.

Il existe des points de vue contrastés sur la relation entre la performance en matière de durabilité et la performance financière. D'une part, s'engager dans des pratiques durables implique également des coûts qui peuvent dépasser les revenus futurs potentiels, ce qui amène les auteurs à se demander combien les entreprises devraient investir dans les pratiques de durabilité (Cerciello et al., 2023).



Fig. 4. Cluster Network 4

D'autre part, L'innovation environnementale peut entraîner des économies substantielles pour les entreprises, en particulier dans les industries à forte intensité capitalistique. Cela pourrait représenter un tournant important, car la durabilité n'est pas seulement considérée comme une tâche de responsabilité sociale des entreprises, mais plutôt comme une décision financière stratégique (Romano et al.,2024).

IV. TRAITEMENT DES QUESTIONS DE RECHERCHE

Le reporting de durabilité vise à démontrer que les ressources de l'entreprise ont été utilisées de manière équitable, conformément aux attentes des actionnaires et aux tendances actuelles du marché. Le développement de thèmes tels que la gestion des impressions, la transparence, la responsabilité et la légitimité met en évidence le rôle de la gestion de l'image de l'entreprise et des considérations éthiques dans le reporting de durabilité. Les parties prenantes sont un facteur critique influençant les attitudes des entreprises envers le reporting non financier et le degré des messages de signalisation.

Nous avons identifié des compromis entre le reporting de durabilité et les pratiques de comptabilité créative. Le reporting non financier peut être utilisé comme un bouclier par les dirigeants pour éviter de prendre la véritable responsabilité de leurs déclarations de durabilité inefficaces. Comme élément de nouveauté, la revue de littérature propose des études qui développent l'utilisation de visuels dans les rapports de durabilité comme une forme de gestion des impressions. L'objectif est de provoquer des réactions émotionnelles et de créer un lien avec le lecteur. Il y a également un accent sur les effets que la gestion des impressions peut avoir sur les investisseurs peu professionnels, en particulier dans le contexte de l'accélération des investissements verts.

Un autre thème important englobe le rôle modérateur de la gouvernance d'entreprise, qui aide à garantir que l'entreprise fonctionne dans l'intérêt des parties prenantes et du cadre réglementaire. En ce qui concerne le greenwashing, une approche robuste des mesures de gouvernance d'entreprise est recommandée, car elle favorise la croissance durable et la performance. D'autres facteurs importants mentionnés dans la littérature sont la taille du conseil d'administration, la fréquence des réunions du conseil, l'indépendance du conseil et la diversité de genre au sein du conseil.

Compte tenu de la nature narrative du reporting de durabilité, nous soulignons l'importance d'étudier comment la gestion des impressions peut être détectée dans les rapports de durabilité. Les entreprises utilisent un langage, des images et des formats qui suggèrent la durabilité sans mettre en œuvre des pratiques significatives, ce qui peut influencer les investisseurs non professionnels qui ne peuvent pas évaluer si les actions de durabilité d'une entreprise sont légitimes.

Il existe de nouveaux concepts tels que l'orientation entrepreneuriale verte, la conscience environnementale, le dynamisme de la technologie verte et l'innovation verte qui façonneront l'avenir du reporting de durabilité et devraient être inclus dans les recherches futures.

En s'appuyant sur l'état actuel de la littérature, les chercheurs sont encouragés à développer des solutions pratiques pour les entreprises qui luttent pour atteindre les objectifs de développement durable. Un bon point de départ est la collaboration entre chercheurs, institutions et pays du monde entier pour partager les meilleures pratiques et relever les défis du greenwashing au niveau mondial.

CONCLUSIONS

Au fil du temps, les entreprises ont effectivement été impliquées dans le jeu des chiffres. L'environnement économique en constante évolution exerce une pression sur les entreprises pour qu'elles continuent à progresser, atteignent de meilleures performances, maintiennent un niveau de revenus et de dépenses sain afin de remplir leur fonction sociale et de créer de la valeur pour l'ensemble de la société. Le cycle normal d'une entreprise inclut également des fluctuations et il revient à la direction de les gérer correctement, de s'adapter à la réalité et de trouver des solutions à long terme pour maintenir la stabilité sur le marché. Cependant, de nos jours, le marché est de plus en plus exigeant et se concentre davantage sur la divulgation des critères ESG, car les actionnaires recherchent la création de valeur durable.

Nous avons choisi une approche bibliométrique en raison de sa capacité à fournir une analyse complète, visuelle et objective de la littérature. L'étude bibliométrique a inclus 100 articles publiés entre 2014 et 2024. Nous avons noté une forte augmentation des publications après 2020, ce qui pourrait indiquer que le sujet du greenwashing est devenu un domaine de recherche émergent. Cette tendance peut également être influencée par les changements dans la réglementation, tels que la proposition de la CSRD.

En conclusion, l'analyse bibliométrique réalisée dans cette étude offre une exploration complète et systématique de la structure des connaissances et de l'évolution de la recherche sur le greenwashing. En utilisant des techniques d'analyse de données visuelles, l'étude fournit des informations précieuses sur le concept de greenwashing, ses implications et les orientations futures de la recherche. Les résultats contribuent à la compréhension théorique du greenwashing et offrent des implications pratiques pour les entreprises et les décideurs dans la promotion de la durabilité et la lutte contre les pratiques environnementales trompeuses.

REMERCIEMENTS

Cet article fait partie du projet de recherche « L'effet synergique des facteurs déterminants du développement durable dans la région ECO », financé par l'Agence Universitaire de la Francophonie en Europe Centrale et Orientale (AUF - ECO) dans le cadre de l'appel à projets « Soutien à la recherche scientifique francophone en Europe centrale et orientale – RESCI-ECO - Appel à projets 2024 » de l'AUF ECO.

RÉFÉRENCES

- [1] Alawattage, C., Jayathileka, C., Hitibandara, R., & Withanage, S. (2023). Moral economy, performative materialism, and political rhetorics of sustainability accounting. *Crit. Perspect. Account.*, 95. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2022.102507>
- [2] Arouri, M., El Ghoul, S., & Gomes, M. (2021). Greenwashing and product market competition. *Finan. Res. Lett.*, 42. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.101927>
- [3] Birindelli, G., Chiappini, H., & Jalal, R. N.-U.-D. (2024). Greenwashing, bank financial performance and the moderating role of gender diversity. *Res. Int. Bus. Financ.*, 69. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2024.102235>
- [4] Cerciello, M., Busato, F., & Taddeo, S. (2023). The effect of sustainable business practices on profitability. *Accounting for strategic disclosure. Corp.*

- Soc. Responsib. Environ. Manage., 30(2), 802–819. <https://doi.org/10.1002/csr.2389>
- [5] Cohen, G. (2023). ESG risks and corporate survival. *Enviro. Sys. Decis.*, 43(1), 16–21. <https://doi.org/10.1007/s10669-022-09886-8>
- [6] Eugene Burgos Mutuc; Jen-Sin Lee; Fu-Sheng Tsai. (2019). Doing Good with Creative Accounting? Linking Corporate Social Responsibility to Earnings Management in Market Economy, Country and Business Sector Contexts. *Sustainability*, 11(17).
- [7] de Freitas Netto, S. V., Sobral, M. F. F., Ribeiro, A. R. B., & Soares, G. R. da L. (2020). Concepts and forms of greenwashing: a systematic review. In *Environmental Sciences Europe* (Vol. 32, Issue 1). <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>
- [8] Ghitti, M., Gianfrate, G., & Palma, L. (2024). The agency of greenwashing. *J. Manage. Gov.*, 28(3), 905–941. <https://doi.org/10.1007/s10997-023-09683-8>
- [9] Gull, A. A., Hussain, N., Khan, S. A., Khan, Z., & Saeed, A. (2023). Governing Corporate Social Responsibility Decoupling: The Effect of the Governance Committee on Corporate Social Responsibility Decoupling. *Journal of Business Ethics*, 185(2). <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05181-3>
- [10] Lyon, T. P., & Montgomery, A. W. (2015). The Means and End of Greenwash. *Organization and Environment*, 28(2). <https://doi.org/10.1177/1086026615575332>
- [11] Marquis, C., Toffel, M. W., & Zhou, Y. (2016). Scrutiny, norms, and selective disclosure: A global study of greenwashing. *Organization Science*, 27(2). <https://doi.org/10.1287/orsc.2015.1039>
- [12] Neureiter, A., & Matthes, J. (2023). Comparing the effects of greenwashing claims in environmental airline advertising: perceived greenwashing, brand evaluation, and flight shame. *International Journal of Advertising*, 42(3). <https://doi.org/10.1080/02650487.2022.2076510>
- [13] Pimonenko, T., Bilan, Y., Horák, J., Starchenko, L., & Gajda, W. (2020). Green brand of companies and greenwashing under sustainable development goals. *Sustainability* (Switzerland), 12(4). <https://doi.org/10.3390/su12041679>
- [14] Rahman, S. U., & Nguyen-Viet, B. (2023). Towards sustainable development: Coupling green marketing strategies and consumer perceptions in addressing greenwashing. *Bus. Strategy Environ.*, 32(4), 2420–2433. <https://doi.org/10.1002/bse.3256>
- [15] Romano, M., Netti, A., Corvino, A., & Intenza, M. (2024). Environmental innovation in the healthcare industry: The moderating role of women on board in cost of debt. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manage.*, 31(3), 1921–1933. <https://doi.org/10.1002/csr.2678>
- [16] Sundarasan, S., Zyznarska-Dworczak, B., & Goel, S. (2024). Sustainability reporting and greenwashing: a bibliometrics assessment in G7 and non-G7 nations. *Cogent Bus. Manag.*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2320812>
- [17] Szabo, S., & Webster, J. (2021). Perceived Greenwashing: The Effects of Green Marketing on Environmental and Product Perceptions. *Journal of Business Ethics*, 171(4). <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04461-0>
- [18] Torelli, R., Balluchi, F., & Lazzini, A. (2020). Greenwashing and environmental communication: Effects on stakeholders' perceptions. *Business Strategy and the Environment*, 29(2). <https://doi.org/10.1002/bse.2373>
- [19] Zahid, R. M. A., Maqsood, U. S., Irshad, S., & Khan, M. K. (2023). The role of women on board in combatting greenwashing: A new perspective on environmental performance. *Business Ethics, the Environment and Responsibility*. <https://doi.org/10.1111/beer.12607>