

SOCIÉTÉ À MISSION

UN PAS DE PLUS VERS VOS ENGAGEMENTS

Au-delà de leur performance économique, les entreprises sont de plus en plus nombreuses à s'impliquer dans la résolution de défis sociaux et environnementaux, et à se convertir en société à mission, un concept qui peut paraître flou. Un éclairage s'impose un an après la publication du décret d'application de la loi Pacte...



« Une société à mission est une qualité inscrite dans les statuts de l'entreprise. Il s'agit d'une innovation juridique qui répond aux préoccupations des dirigeants d'entreprise. TPE-PME, ETI, grands comptes... Cette notion concerne tout le monde à partir du moment où la structure est régie par le code du commerce », introduit Anne Mollet, directrice générale de la Communauté des entreprises à mission, qui a pour rôle de promouvoir ce nouveau modèle d'entreprise et de favoriser le partage entre pairs. Et d'ajouter : « Se convertir en société à mission, c'est questionner son ADN. Et c'est aller au-delà d'une démarche RSE [responsabilité sociétale des entreprises], car l'on parle de vision et de stratégie à long terme. C'est se donner un cap et s'y tenir. C'est dire qu'une entreprise n'est pas seulement là pour faire du profit mais qu'elle a aussi un rôle politique à jouer et qu'elle est un levier de transformation de la société. » La



D'après Sylvain Reymond (cofondateur de YOurMission), les acteurs du TRM qui ne s'emparent pas du sujet se privent d'un capital d'innovation majeur.

DR

CHANGEMENTS



UN PEU DE LECTURE POUR ALLER PLUS LOIN

- Guide *Entreprise à mission : de la théorie à la pratique* • consultable sur www2.deloitte.com
- Guide *Raison d'être et Sociétés à mission : les coulisses d'un engagement* • en téléchargement libre sur : cvs-avocats.com/fr/raison-etre-mission
- Ouvrage *Nos raisons d'être* à paraître le 9 avril 2021.

F.F.



mission se compose ainsi d'une raison d'être (définissant le futur que l'entreprise veut contribuer à bâtir) et d'objectifs associés déclinés en objectifs opérationnels.

UN MOUVEMENT NAISSANT

Si le label de société à mission existe depuis le 22 mai 2019, date de promulgation de la loi Pacte (plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises), le mouvement a réellement émergé en 2020 pour deux raisons majeures. « *Le décret d'application qui précise les détails de cette démarche a été publié le 2 janvier 2020* », complète Anne Mollet. Par ailleurs, ce changement statutaire est le fruit d'une démarche « exigeante », qui demande « un travail de maturation entre six et dix-huit mois ». Aujourd'hui, 145 entreprises sont devenues sociétés à mission dont 13 relevant de l'ESS (économie sociale et solidaire). « En

un peu plus d'un an, ce n'est pas neutre », souligne Anne Mollet, qui observe par ailleurs « un effet Covid accélérateur » ; 10 000 entreprises pourraient faire évoluer leurs statuts d'ici à 2025. Il y a toutefois un grand absent : le transport de marchandises. « *Si ce secteur se positionnait, ce serait un signal fort de l'engagement des entreprises dans les grands défis environnementaux...* » qui plus est en période de crise sociale et de relance économique. Anne Mollet met en exergue les avantages : « être différenciant, donner du sens aux activités de l'entreprise en fédérant ses équipes autour d'une ambition commune ou encore améliorer son image de marque ». « Nul besoin de changer de forme juridique »,

indique l'avocate Marie Pouget du cabinet AyacheSalama. En revanche, l'étape de la rédaction des nouveaux statuts est un préalable.

CONCRÈTEMENT, COMMENT S'Y PRENDRE ?

« *Ce qui doit impérativement apparaître dans les statuts : une raison d'être constituée des principes dont la société se dote et pour le respect desquels elle entend affecter des moyens dans la réalisation de son activité. L'entreprise doit également préciser un ou plusieurs objectifs sociaux ...*

20 | RÉGLEMENTATION

... *et environnementaux qu'elle se donne pour mission de poursuivre dans le cadre de son activité, ainsi que les modalités du suivi de l'exécution de cette mission.* » Statuts qui seront ensuite déposés au greffier du tribunal de commerce pour publication au Registre du commerce et des sociétés (RCS). Les entreprises qui souhaitent se transformer en société à mission peuvent se faire accompagner par des acteurs spécialisés. YOurmission, une société à mission (Paris et Bruxelles) conseille des dirigeants d'entreprise de toute taille ainsi que ceux de structures de l'ESS. Première étape :



Anne Mollet, qui dirige la Communauté des entreprises à mission, note que certains secteurs ne sont pas encore représentés, à l'instar des transports de marchandises. Se convertir serait, selon elle, un signal fort.

l'audit. « *Nous proposons d'établir un diagnostic sur ce que l'entreprise faisait déjà très concrètement et de mieux cerner les attentes des parties prenantes* », précise l'un des quatre cofondateurs Sylvain Reymond, selon qui cette première phase doit inciter à l'engagement des salariés. Il s'agit de positionner et d'exprimer sa raison d'être en mode « *quelle est votre mission et quels engagements concrets allez-vous*

mettre en place pour tendre vers cette mission ? » Ce qui débouchera sur un plan d'actions de trois à cinq ans. Vient ensuite la stratégie de positionnement, d'engagement et de développement. Une étape consacrée notamment à la mise en place d'un comité de mission (ou d'un référentiel de mission pour les sociétés de moins de 50 salariés). Sorte de garde-fou, il aura un rôle primordial : garantir le sérieux de la démarche et rédiger un rapport qui sera joint au rapport de gestion de l'entreprise. L'entreprise est libre de composer ce comité de mission à condition qu'il soit « *distinct des organes sociaux habituels, avec a minima un collaborateur* », indique l'avocate Marie Pouget. L'intérêt est de faire appel à des parties prenantes externes dans la gouvernance de la mission. YOurmission propose d'intégrer 12 membres, dont trois profils de personnalités qualifiées (économistes, sociologues...) qui porteront « *un regard distancié et critique sur l'exécution de la mission* », précise Sylvain Reymond. D'après la Communauté des entreprises à mission, ces comités sont principalement représentés par la direction générale (75 %), des experts ou chercheurs (54 %), des clients, actionnaires, représentants de la société civile (ONG, etc.), ou par des fournisseurs.

UNE MISSION À RESPECTER

La réalisation des objectifs fait également l'objet d'une vérification externe opérée par l'organisme tiers indépendant (OTI). Si la société emploie au cours de l'exercice 50 salariés permanents ou plus, la première vérification a lieu dans les dix-huit mois suivant la publication de la déclaration de la qualité de société à mission au RCS. Les vérifications suivantes seront effectuées au moins tous les deux ans. Si elle emploie au cours de l'exercice moins de 50 salariés permanents, la première vérification a lieu dans les vingt-quatre mois et il peut n'être procédé à la prochaine vérification qu'au bout de trois ans. « *Cet OTI va ensuite délivrer un avis motivé. Le plus récent sera joint au rapport du comité de mission et publié sur le site Internet de l'entreprise, accessible pendant cinq ans au minimum* », détaille Marie Pouget. Que se passe-t-il si l'entreprise ne remplit pas ses objectifs ?

La seule sanction légalement prévue est le retrait de la qualification de « société à mission » dès lors que les conditions qui justifient ce label ne sont pas ou plus remplies. La demande peut être faite soit par le ministère public, soit par toute personne ayant un intérêt à agir auprès du président du tribunal de commerce compétent⁽¹⁾. Par ailleurs, la responsabilité des dirigeants peut être engagée par les associés si les décisions de gestion sont contraires à la raison d'être ou aux autres objectifs fixés dans les statuts⁽²⁾. Mais encore faut-il qu'ils prouvent un dommage et un lien de causalité entre la violation des statuts et le dommage causé. Reste à voir comment cette nouvelle forme d'entreprise va se diffuser et à quelle vitesse dans le TRM... Reste à suivre comment cette nouvelle forme d'entreprise va se diffuser dans le TRM, et à quelle vitesse... •

FLORENCE FALVY

(1) Art. L. 210-11 du Code de commerce
(2) Art. L. 225-251 du Code de commerce



L'avocate Marie Pouget, du cabinet AyacheSalama, indique que l'entreprise n'a pas besoin de changer de forme juridique pour devenir une société à mission. En revanche, elle doit rédiger ses nouveaux statuts, qui préciseront un ou plusieurs objectifs sociaux et environnementaux et préciseront les modalités du suivi de l'exécution des missions.

PORTRAIT TYPE DES PREMIÈRES SOCIÉTÉS À MISSION

Au 15 décembre 2020, 88 entreprises avaient revêtu la qualité de société à mission. « *Les deux tiers d'entre elles sont des TPE-PME de moins de 50 salariés* », indique Anne Mollet, directrice générale de la Communauté des entreprises à mission, qui a lancé le 21 janvier dernier son observatoire. Et d'ajouter : « *79 % opèrent dans le domaine des services. Deux secteurs se détachent : conseil (31 %) et finance-assurances (18 %), puis le commerce (12 %) et l'industrie (9 %). L'immobilier commence aussi à s'y intéresser fortement.* » Plus de la moitié d'entre elles ont été créées il y a moins de dix ans. Parmi elles, une sur cinq est « *née à mission* ». Et la plupart expliquent leur démarche par plusieurs enjeux. Le premier cité : « *adresser des enjeux de transition [sociale, écologique, économique]* ». Suivent des enjeux plus précis : « *préserver des écosystèmes naturels ou des biens communs* », « *consolider les relations avec l'écosystème* » [chaîne de valeur, partenaires, clients, ONG, etc.], « *améliorer l'engagement des collaborateurs et la marque employeur* » et « *pérenniser des engagements* » [face à des changements potentiels d'actionnaires ou de direction]. Il ressort également du baromètre que « *la vision et l'impulsion du dirigeant sont quasiment toujours à l'origine de la démarche* ». Les salariés et actionnaires ont, quant à eux, été consultés dans la majorité des cas. En revanche, les parties prenantes externes, dont les clients, sont « *encore peu impliqués, dans deux cas sur cinq* ».

F.F.

BÉNÉDICTE BIRGAND RESPONSABLE RSE

GROUPE IDÉA (TRANSPORT ROUTIER,
LOGISTIQUE, EMBALLAGE INDUSTRIEL)

« Un engagement de résultats »

L'Officiel des transporteurs : L'an passé, le PDG du groupe Idéa, Bruno Hug de Larauze, avait émis l'idée de devenir une entreprise à mission. Qu'en est-il aujourd'hui ?

BÉNÉDICTE BIRGAND : Ce projet est toujours en réflexion car nous travaillons sur notre plan stratégique 2021-2025. Nous nous interrogeons sur les spécificités de cette démarche, car le groupe Idéa est déjà organisé en Scop [société coopérative et participative] et impliqué dans une démarche RSE [responsabilité sociale des entreprises] depuis plus de vingt ans. Si la décision n'est pas encore prise, nous avons toutefois décidé d'intégrer la raison d'être dans les statuts du groupe (« Osons construire ensemble des solutions responsables aux défis d'aujourd'hui et de demain »), définie par nos 200 managers. Elle sera soumise au vote lors de l'assemblée générale prévue en mai prochain.

Devenir une société à mission serait-elle une étape clé qui s'inscrit dans la continuité de votre démarche RSE ?

B.B. : Après une approche benchmark, cette démarche RSE est devenue au fil du temps partie intégrante de la stratégie du groupe. De nombreuses étapes sociales et environnementales ont été franchies. Aujourd'hui, nous travaillons sur nos indicateurs pour objectiver nos démarches. Rejoindre les rangs des entreprises à mission impliquerait un engagement de résultats.

Justement, quand on devient entreprise à mission, on doit adjoindre des objectifs concrets. Si vous aviez à les définir ce seraient lesquels ?

B.B. : Nous avons déjà identifié trois objectifs : privilégier la quête de sens dans nos développements, donner de l'innovation en prenant appui sur le numérique et les nouvelles technologies et réduire notre impact écologique en s'alignant avec les objectifs de l'accord de Paris (-50 % des émissions de gaz à effet de serre d'ici à 2030). À ce titre, Idéa est engagé dans le dispositif « ACT pas à pas » afin d'élaborer une stratégie bas carbone et de se donner des indicateurs d'arrivée.

Vous vous donnez combien de temps pour avancer sur le sujet de la société à mission ?

B.B. : Le nouveau plan stratégique sera présenté à la fin de l'année et la réflexion sera bien avancée d'ici là.

PROPOS RECUEILLIS PAR FLORENCE FALVY

