



« L'entreprise à mission » veut mettre de la raison d'être en affaires

PAR YANNICK BOUCHER, economie@lavoixdunord.fr

C'est un nouveau statut pour l'entreprise qui placerait sur un pied d'égalité la performance économique et la contribution au bien commun. Le Parlement discute, des patrons agissent, un modèle se dessine.

MARCQ-EN-BARŒUL. Plus de 200 acteurs du monde économique régional ont débattu hier soir à Entreprises et Cités sur un thème très tendance depuis mai 2017, lorsque le candidat Macron déclara, un peu chahuté à Rodez par des salariés d'une ancienne coopérative ouvrière que « *dégager des profits, c'était aussi avoir une responsabilité sociale et environnementale* ».

La « RSE », on connaît, cette économie qui cherche à moins épuiser les hommes et les ressources. Mais « l'entreprise à mission » n'est pas encore connue. En discussion chez les parlementaires depuis janvier, la « société à objet social étendu » disposerait d'un socle juridique en prévoyant la notion de « raison d'être » dans ses statuts. En clair, à quoi on sert en faisant des affaires. Pour quelle utilité, vers quel objectif d'intérêt général ? Une étude du cabinet référent Prophil, coproduite par l'Université catholique de Lille et la Fondation des Possibles a mobilisé des entrepreneurs de la région pour bâtir une grille de lecture de ce nouveau statut qui dépasse la RSE. « *Des chefs de mission RSE peuvent proposer des choses qui ne seront pas forcément appliquées par les comités de direction. La mission, en revanche, engage tout le monde car elle est inscrite dans les statuts* », précise Laurence Méhaignerie pour Citizen Bank. Inscrite et opposable aux partenaires sociaux, aux ONG...

Sylvain Breuzard dirige Norsys, 550 développeurs informatiques depuis Ennevelin, près de Lille. En présidant il y a 15 ans le Centre des jeunes dirigeants (CJD) en France, il fit entrer la notion de « *performance globale économique, humaine et environnementale* » dans les affaires. « *Nous étions focalisés dans le comment faire, il nous manquait le pourquoi faire* », explique-t-il. « *C'est aussi repenser le sens de notre activité sur le territoire régional* », ponctue Gabriel d'Harcourt, directeur général de *La Voix du Nord*, engagée dans ce processus depuis quelques mois.

Les expériences de Kiabi, Vitamine T, Bonduelle ou Leroy-Merlin témoignent de l'intérêt de grandes sociétés pour la notion de raison d'être. Ces entreprises doivent répondre aux exigences nouvelles de leurs clients et de leurs salariés. Déclarer une mission c'est inscrire une nouvelle règle dans le monde économique. On attend les bonnes volontés.