

business.lesechos.fr

Pays : France

Dynamisme : 0



Page 1/2

[Visualiser l'article](#)

« Oui aux sujets sociétaux, mais pas sous l'angle de la compliance »

Visuel indisponible

La répartition de la valeur ajoutée est le sujet quasiment le plus important pour la société civile, selon l'Institut du capitalisme responsable dont Caroline de la Marnierre est la présidente fondatrice. - DR

Tendance Performance sociale et environnementale, mixité, pensée intégrée... Caroline de la Marnierre, directrice générale et fondatrice de l'Institut du capitalisme responsable, évoque les thématiques susceptibles de faire la différence en assemblée générale, cette année.

L'Institut du capitalisme responsable publie des recommandations à l'attention des entreprises qui vont tenir leur assemblée générale. La présentation de la répartition de la création de richesse y figure. Le sujet est sensible...

Ces recommandations ont été unanimement souscrites par les membres du jury du Grand Prix de l'AG. La répartition de la valeur ajoutée est aujourd'hui le sujet qui est quasiment le plus important pour la société civile. Il a été mentionné par 70 % de celles et ceux qui ont répondu à notre enquête, et 41 % l'ont cité en première réponse. Pour aborder ce point délicat, la difficulté, c'est la méthode. Selon la structure du compte de résultat et l'activité de l'entreprise, il faut identifier si l'on va s'attacher uniquement à la redistribution des flux financiers. Quid de la partie non financière ? Il y a de nombreuses façons d'aborder la question, et c'est probablement l'une des raisons pour lesquelles les entreprises sont un peu prises au dépourvu tout en ayant conscience qu'il y a une attente et un besoin de clarification vis-à-vis des salariés en particulier, mais aussi de la société civile. Expliquer comment la richesse créée par l'entreprise est ensuite redistribuée à l'ensemble de l'écosystème est un sujet majeur dans le contexte actuel.

Comment les entreprises vont-elles s'y prendre ?

Il y a déjà eu des tentatives, et même des pratiques éprouvées en assemblée générale. Suez ou Engie ont, par exemple, publié la répartition de la valeur ajoutée avec l'affectation des principaux postes _ masse salariale, contribution fiscale, dividendes, etc. Ces groupes ont notamment présenté le sujet sous la forme de schéma lors de leur assemblée annuelle, et dans leur rapport intégré. Les formats ne sont pas uniformes ; nous avançons de façon assez empirique.

Dans vos recommandations, vous regroupez ce sujet de la répartition de la création de richesse avec la présentation des modèles d'affaires...

Pouvoir établir une relation entre le modèle d'affaires, le fait qu'il crée de la richesse et la façon dont celle-ci est redistribuée est beaucoup plus intéressant. Regarder comment tout fonctionne ensemble, comment l'entreprise va créer de la richesse sur le moyen et long terme, et comment elle va pouvoir la redistribuer, est plus instructif que de prendre une photographie à un instant « t » passé.

Cette pratique est-elle répandue ?

L'année dernière, seulement une petite dizaine d'entreprises du CAC 40 ont fait cette présentation en assemblée générale. C'est peu. Une petite partie du SBF 120 a présenté la distribution des flux financiers,

business.lesechos.fr
Pays : France
Dynamisme : 0[Visualiser l'article](#)

comme l'ont fait Bic et Edenred. Mais le mouvement est enclenché. En 2019, quasiment toutes les entreprises le feront puisque c'est une obligation de la directive sur la performance extra-financière ; nous allons y être attentifs.

Comment une grande entreprise peut-elle aborder la question de l'environnement et de la raréfaction des ressources sans se prendre les pieds dans le tapis, alors que son objectif est la croissance des ventes et des bénéfices ?

Ne soyons pas naïfs, lorsque l'on essaye de concilier des intérêts à la fois sociétaux, environnementaux et financiers, on finit par être mécaniquement confronté à des injonctions paradoxales. Le sujet relève ici d'une politique d'arbitrage : comment faire infléchir des pratiques, des modes de production, de recherche, de consommation pour que puissent être progressivement intégrés davantage de paramètres de respect, au plan environnement, social et sociétal, dans les business models ?

La démarche prend énormément de temps...

Le virage est amorcé. Mais les grandes entreprises sont des paquebots et ne peuvent faire n'importe quoi. Privilégier un type de produit plus respectueux plutôt qu'un autre en détruisant de la richesse _ et donc de l'emploi _ n'est pas possible. L'entreprise doit pouvoir prendre du temps pour mettre au clair son business model et procéder aux arbitrages les plus pertinents. Il lui faut à la fois continuer à produire de la richesse, faire un travail de clarification et de lisibilité sur la répartition de la richesse, et évoluer dans la façon de produire cette richesse.

Comment l'expliquer en assemblée générale ?

A ce titre, le rapport Notat Senard est intéressant . Il y avait deux possibilités d'aborder le sujet : partir de la conciliation des intérêts financiers, sociétaux, et environnementaux, et se retrouver confronté à des injonctions paradoxales. Ou aborder le sujet au travers des enjeux de moyen et long termes. Et dans cette hypothèse, c'est différent. Les actionnaires finissent par s'aligner sur une nécessaire cohérence des grandes décisions de l'entreprise avec l'Accord de Paris sur le climat _ y compris lorsque ce n'est pas immédiatement dans leur intérêt. Les grandes entreprises mettent systématiquement en avant les enjeux auxquels elles sont confrontées et expliquent ensuite leurs nouvelles stratégies de production, de R&D et de commercialisation. On en revient au business model.

Quel a été le moteur d'une telle prise de conscience ?

Cette prise de conscience est largement favorisée par la réglementation. Aucun conseil d'administration ne peut aujourd'hui se priver d'aborder ces sujets. C'est très positif à condition de ne pas le faire sous l'angle de la compliance, simplement pour cocher une case. Les entreprises doivent être proactives, identifier en quoi elles peuvent travailler sur telle ou telle problématique pour en faire une opportunité. Une vingtaine d'entreprises du SBF 120 sont très moteur. L'idéal serait qu'il y en ait au moins une soixantaine !

@ValLandrieu