

experts & décideurs
LES DOSSIERS

L'ENTREPRISE ENGAGÉE

OFFERT PAR



michel creuzot
vous simplifie l'entreprise

Membre du groupement France défi





Au sommaire

1/ DIRE ET PROUVER SON ENGAGEMENT

Les moyens d'exprimer son engagement
Comment garantir la pérennité de son projet?
Comment mesurer et suivre l'engagement?

Page 05
Page 07
Page 09

2/ LES CADRES STATUTAIRES

Devenir entreprise à mission: comment et pourquoi?
SCOP et SCIC: placer les salariés au cœur de l'entreprise

Page 12
Page 14

3/ LES LABELS

L'agrément ESUS formalise l'engagement des entrepreneurs de l'ESS
Label B Corp: un référentiel international exigeant

Page 18
Page 20

4/ LES BÉNÉFICES À L'EXTÉRIEUR

Entreprise engagée : un avantage pour les appels d'offres
Un atout pour lever des fonds et revendre son entreprise
Engagement RSE: un levier pour la marque employeur

Page 23
Page 25
Page 27

En 2015, France Défi a créé un site d'information, Experts & Décideurs, à destination des entrepreneurs et des dirigeants d'associations. Le dossier que nous vous proposons dans ces pages en est extrait.

www.experts-et-decideurs.fr



VOUS AVEZ DIT, ENTREPRISE ENGAGÉE ?

La notion d'engagement peut paraître galvaudée tant les entreprises se l'approprient depuis plusieurs années. En réalité, une véritable lame de fond se cache derrière ce terme. Mais que signifie-t-il réellement ?

Une structure engagée s'intéresse au monde qui l'entoure, s'insère dans des démarches de développement durable, se soucie de la parité et de la diversité... En résumé, elle s'inscrit dans des dynamiques et des stratégies à impact dit positif. Loin d'être nouvelle, cette tendance est profondément liée à l'idée de responsabilité sociétale des entreprises (RSE), née en 1953 sous la plume de l'économiste et pasteur américain Howard Bowen. Depuis, le concept a fait du chemin et n'a eu de cesse de s'adapter aux évolutions sociales et sociétales. Car, outre la poursuite d'objectifs de pérennité économique, les entreprises sont de plus en plus appelées à répondre aux enjeux de la société et de ses transformations.

Des statuts juridiques aux labels, en passant par les agréments, il existe aujourd'hui des cadres définis et reconnus pour ancrer, crédibiliser et mesurer les engagements des entreprises. Ce livre blanc a vocation à décrypter ces différents outils, ainsi que les opportunités qu'ils présentent au sens large. Car s'ils permettent avant tout d'affirmer la contribution sociale et environnementale des entreprises, ils sont aussi des atouts majeurs pour retenir et attirer des talents, améliorer sa marque employeur, ou encore décrocher des financements et des appels d'offres.



1

DIRE ET PROUVER
SON ENGAGEMENT

LES CADRES STATUTAIRES

LES LABELS

LES BÉNÉFICES À L'EXTÉRIEUR



LES MOYENS D'EXPRIMER SON ENGAGEMENT

S'inscrire dans la société de façon responsable et instaurer des changements de paradigmes sociaux est désormais l'objectif de nombreuses entreprises, quelle que soit leur taille. Mais comment garantir l'ancrage de ses engagements dans un monde en constante évolution ?

Plusieurs normes visent à encadrer ce principe d'engagement. Par exemple, la norme ISO 26000, premier standard à l'échelle internationale en matière de RSE et publiée en 2010, accompagne et oriente les entreprises dans leurs décisions et politiques durables (amélioration des conditions de travail, prévention de la pollution, lutte contre les discriminations, etc.). Véritable outil de progrès, elle entend délivrer des lignes directrices et harmoniser les bonnes pratiques à suivre pour instaurer un mode de fonctionnement viable et pérenne au sein des structures. Aussi, même en cas de changement de direction, ces normes demeurent et servent d'appui aux entreprises souhaitant s'engager.

UN STATUT POUR SOCLE IDENTITAIRE

Plus récemment, en 2019, la loi PACTE relative à la croissance et la transformation des entreprises poursuit l'objectif de combiner croissance économique et inscription durable et responsable des entreprises dans l'écosystème sociétal. Redéfinissant l'objet social



ADOBE STOCK © ARMY PICCA

— Selon le Baromètre Trust 2023 d'Edelman, l'engagement des entreprises apparaît plus que jamais comme une valeur plébiscitée.

de l'entreprise dans le Code civil, elle permet à toute structure économique d'affirmer publiquement sa raison d'être et crée la qualité juridique de société à mission. L'entreprise peut alors définir un ou plusieurs objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'engage à poursuivre dans le cadre de son activité. Ceux-ci doivent être précisés dans les statuts de l'entreprise et déclarés aux greffes du Tribunal de commerce. La correcte exécution de ces objectifs devra être évaluée et validée par un organisme tiers indépendant (OTI) tous les deux ans, ce qui enjoint l'entreprise à se montrer cohérente et assidue sur le temps long.

UN ACTIVISME ACTIONNARIAL SÉCURISANT

Afin d'inscrire ses engagements dans son ADN, une entreprise peut également décider de convoquer en son sein de nouvelles structures actionnariales. Par exemple, la création d'une fondation ou d'un fonds de dotation permet de se positionner sur des enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG), puisque ces organismes à but non lucratif sont spécifiquement dédiés à la réalisation d'une œuvre ou mission d'intérêt général, à savoir qui soit profitable à la collectivité. Et pour sécuriser la pérennité des actions mises en œuvre, il peut être intéressant de réfléchir à la constitution d'une holding. Un tel montage permet, en effet, de conserver le contrôle et le pouvoir au sein de la société, y compris si des investisseurs externes rejoignent le capital, sécurisant ainsi la poursuite d'objectifs définis et d'une politique homogène.

POURQUOI PÉRENNISER SES ENGAGEMENTS EST-IL ESSENTIEL ?

Crédibilité, honnêteté et transparence. Selon le Baromètre Trust 2023 d'Edelman, l'engagement des entreprises apparaît plus que jamais comme une valeur plébiscitée : une majorité de Français considèrent que les entreprises font montre d'un engagement trop faible sur le climat (62%), sur la pénurie d'énergie (54%), ou encore sur la formation et la requalification de la main-d'œuvre (52%). En effet, une part exponentielle de consommateurs n'attend pas uniquement des structures qu'elles leur délivrent un produit ou un service, mais qu'elles témoignent d'une véritable authenticité sur les sujets sociétaux et environnementaux. Pour restaurer la confiance avec ses propres collaborateurs et la société au sens large, le mot d'ordre des entreprises est désormais de s'engager sur le long terme. ■

COMMENT GARANTIR LA PÉRENNITÉ **DE SON PROJET ?**

Pour garantir la pérennité de ses engagements, une entreprise dispose de plusieurs voies, plus ou moins contraignantes.

Depuis la loi PACTE, toutes les entreprises françaises sont tenues de prendre en considération les enjeux sociaux et environnementaux. Cette loi promulguée en mai 2019 a en effet modifié la définition de l'objet de l'entreprise dans le Code civil en ajoutant l'alinéa suivant dans l'article 1833 : « La société est gérée dans son intérêt social, en prenant en considération les enjeux sociaux et environnementaux de son activité. »

Celles qui veulent aller plus loin en prenant des engagements sur la durée peuvent se tourner vers un label RSE, obtenir l'agrément ESUS, inscrire une raison d'être dans leurs statuts ou encore devenir une société à mission. Ces différentes démarches peuvent être complémentaires. Par exemple, à fin 2022, 9% des sociétés à mission bénéficient aussi d'un label RSE.

OPTER POUR UN LABEL

Il existe différents labels RSE généralistes : B Corp, LUCIE, Positive Workplace ou encore Engagé RSE de l'AFNOR qui évalue la maturité des démarches RSE des organisations sur la base de la norme ISO 26000. Ils ont tous des cahiers des charges différents et impliquent par



ADOBE STOCK © PRESSMASTER

— La raison d'être et les objectifs statutaires doivent s'inscrire directement dans le cadre des activités de l'entreprise.

fois des modifications statutaires comme c'est le cas du label B Corp. Ces labels ont généralement une durée de validité limitée à quelques années et s'inscrivent dans une démarche d'amélioration continue.

OBTENIR L'AGRÈMENT ESUS

Un autre instrument permettant de formaliser l'engagement d'une entreprise est l'agrément ESUS (entreprise solidaire d'utilité sociale), créé par la loi du 31 juillet 2014. Les entreprises souhaitant l'obtenir doivent répondre à certains critères (poursuite d'une mission d'utilité sociale, rémunérations plafonnées, etc.), même si certaines sociétés en bénéficient de droit, comme les structures d'insertion par l'activité économique (SIAE). Cet agrément permet d'accéder au financement de l'épargne solidaire et de bénéficier de certains avantages fiscaux et sociaux.

DÉTERMINER UNE RAISON D'ÊTRE

Une autre façon de pérenniser ses engagements consiste à inscrire une raison d'être dans ses statuts. C'est également une innovation de la loi PACTE, qui a complété l'article 1835 du Code civil par l'alinéa suivant : « Les statuts peuvent préciser 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. »

ADOPTER LA QUALITÉ DE « SOCIÉTÉ À MISSION »

La voie la plus contraignante juridiquement consiste à adopter la qualité de « société à mission », également introduite par la loi PACTE. Ce cadre optionnel est décrit par les articles L210-10 à L210-12 du Code de Commerce. L'article L210-10 détaille les conditions nécessaires pour devenir une société à mission, notamment l'inscription dans les statuts d'une raison d'être, d'objectifs sociaux et environnementaux et d'une gouvernance spécifique.

Selon la loi, la raison d'être et les objectifs statutaires doivent s'inscrire directement dans le cadre des activités de l'entreprise. Or, plus de la moitié des entreprises étudiées par KPMG et l'Observatoire des sociétés à mission dans un bilan publié en mai 2023 ont défini des raisons d'être et des objectifs statutaires « en partie voire complètement décorrélés dans leur formulation de l'objet direct de leur mission et de leur cœur d'activité ». En découle un « risque de confusion entre stratégie de responsabilité sociétale de l'entreprise "classique" et démarche de société à mission. »

La qualité de « société à mission » est, dans une certaine mesure, opposable. En cas de non-respect des missions, le tribunal de commerce peut être saisi par le ministère public ou toute personne intéressée afin d'imposer à la société concernée de supprimer la mention « société à mission » de tous ses actes, documents ou supports électroniques. ■

COMMENT MESURER ET SUIVRE L'ENGAGEMENT ?

L'impact des actions menées en faveur d'un objectif environnemental, social ou plus globalement d'un intérêt autre que purement économique, peut aussi et doit être mesuré.

La réussite des entreprises engagées, qui intègrent des enjeux sociaux et environnementaux au cœur de leur stratégie, ne s'évalue pas seulement à l'aune de leurs performances économiques et de leur rentabilité. Elle se traduit aussi par leur capacité à traduire leur engagement en actions concrètes et efficaces au service de l'objectif visé. Pour cela, il est utile de mettre en place d'outils de mesure et de suivi de ces réalisations. Ils permettent, dans un premier temps, d'identifier sur quels sujets des actions s'avèrent nécessaires ou prioritaires, et, ensuite, de pouvoir jauger des progrès effectués dans l'entreprise dans les domaines ciblés. Disposer d'indicateurs en la matière est aussi une des clefs d'une communication sincère et efficace sur la démarche de l'entreprise.

OBLIGATION DE REPORTING

Les grandes entreprises dont le bilan ou l'activité dépasse certains seuils sont d'ailleurs tenues de réaliser un reporting sur leur politique de responsabilité sociale des entreprises (RSE) à travers une déclaration de performance extra-financière (DPEF). Celle-ci intègre des éléments relatifs à sa performance environnementale, sociale et de gouvernance. On parle des critères ESG. Même sans contrainte, la



ADOBE STOCK © MARIA VITKOVSKA

— Pour mettre en place un suivi pertinent, il importe que l'entreprise identifie les données qui auront du sens pour évaluer sa démarche.

mise en place d'un suivi est recommandée, cette obligation de reporting ayant vocation à s'élargir. Avec le portail RSE, actuellement en mode beta, le gouvernement prévoit de « proposer aux entreprises un espace unique pour renseigner leurs indicateurs ESG et piloter leurs obligations extra-financières ».

Pour mettre en place un suivi pertinent, il importe que l'entreprise identifie les données qui auront du sens pour évaluer sa démarche. En fonction des enjeux qu'elle souhaite adresser, elle pourra ainsi définir des objectifs précis et mesurables et en déduire les indicateurs de performance clefs adaptés.

L'évaluation et le suivi de l'impact de son action en matière environnementale peuvent ainsi passer par des indicateurs comme le niveau de ses émissions de gaz à effet de serre ou de leur réduction, sa consommation d'eau par unité produite, la quantité de déchets générée et/ou la part de déchets revalorisés, la part des renouvelables dans ses sources d'énergie ou encore la mesure des kilomètres parcourus par ses salariés en utilisant des moyens de transport écologiques.

DES INDICATEURS DE PERFORMANCE SOCIALE OU DE GOUVERNANCE

Sur le volet social, il peut être intéressant de définir des indicateurs des efforts menés en faveur de l'inclusion et de la diversité. Il peut s'agir classiquement de reprendre l'index d'égalité femmes-hommes et le pourcentage de personnes en situation de handicap dans l'effectif. Le nombre d'accident de travail peut aussi être pris en compte. Il est également intéressant de s'appuyer sur un indice de satisfaction au travail des salariés, le taux d'absentéisme ou encore le nombre de formations suivies par le personnel.

Concernant les aspects de gouvernance, il est possible de vérifier le respect des règles et recommandations en matière de transparence, ou encore la répartition du capital social et le degré de partage dans les prises de décision.

Selon les engagements de l'entreprise, il peut aussi être utile de définir des indicateurs pour évaluer l'impact de ses actions pour la communauté : la part d'achats réalisés auprès de fournisseurs locaux par exemple ou les heures de bénévolat des salariés pour des organisations locales.

Une fois les indicateurs pertinents définis, il importe de faire un point régulier sur leur évolution, par exemple en les intégrant à un tableau de bord pouvant être partagé avec les équipes. En dehors de cette démarche de suivi interne, il est aussi possible de faire appel à des agences de notation RSE ou des applications de calcul de performance, pour disposer d'une note ou d'une évaluation extérieure. ■



DIRE ET PROUVER
SON ENGAGEMENT

2

LES CADRES STATUTAIRES

LES LABELS

LES BÉNÉFICES À L'EXTÉRIEUR



DEVENIR ENTREPRISE À MISSION: COMMENT ET POURQUOI ?

La qualité de société à mission, introduite par la loi PACTE, permet aux sociétés de décliner leur raison d'être dans des objectifs opérationnels et une gouvernance spécifique.

La loi PACTE, promulguée en mai 2019, a introduit une nouvelle qualité pour les entreprises : celle de « société à mission ». Toute société commerciale, quelle que soit sa forme juridique, peut adopter cette qualité.

Être une société à mission implique de respecter cinq conditions :

- Inscrire dans les statuts une raison d'être liée à l'activité de l'entreprise.
- Inscrire dans les statuts un ou plusieurs objectifs sociaux et environnementaux que la société se donne pour mission de poursuivre dans le cadre de son activité.
- Inscrire dans les statuts un organe de gouvernance dédié au suivi de l'exécution de la mission : comité de mission ou un référent de mission pour les entreprises de moins de 50 salariés.
- Déclarer la qualité de société à mission sur le site du guichet unique des formalités des entreprises.
- Vérification par un organisme tiers indépendant (OTI) de la bonne



5

Être une société à mission implique de respecter cinq conditions, dont la création d'un organe de gouvernance.

ADOBE STOCK © STANDRET

— Début 2023, la barre des 1 000 sociétés à mission a été franchie, un chiffre qui reste toutefois faible par rapport au nombre d'entreprises en France (4,2 millions).

exécution des objectifs. La première vérification se fait dans les 18 mois suivant la déclaration (24 mois pour les entreprises de moins de 50 salariés) puis tous les deux ans (trois ans pour les entreprises de moins de 50 salariés).

QUELLES SONT LES GRANDES ÉTAPES POUR DEVENIR UNE SOCIÉTÉ À MISSION ?

L'Observatoire des sociétés à mission, plateforme d'informations et de connaissances de référence sur ces entreprises, liste quatre principales étapes :

- La première consiste à concevoir la mission, un exercice qui peut durer de 6 à 24 mois. Il s'agit de déterminer les trois composantes principales de la mission : la raison d'être, les objectifs et la gouvernance.
- La deuxième étape est de nature administrative : adopter la qualité de société à mission en modifiant les statuts et en faisant la déclaration pour publication au Registre du commerce et des sociétés.
- La troisième étape consiste pour l'entreprise à vivre sa mission. C'est « le début de sa transformation », souligne l'Observatoire. Quatre grands chantiers sont à lancer : intégrer le pilotage de la mission à la gouvernance de l'entreprise, engager les parties prenantes, aligner stratégie et mission, et déployer des actions opérationnelles concrètes.
- La quatrième étape réside dans le contrôle de la mission, à la fois par le comité de mission et par l'OTI. C'est un double contrôle qui s'effectue sur l'allocation des moyens et l'atteinte de résultats. L'OTI doit être accrédité par le Comité français d'accréditation (Cofrac).

QUEL BILAN POUR LES PREMIÈRES SOCIÉTÉS À MISSION ?

Début 2023, la barre des 1 000 sociétés à mission a été franchie, un chiffre qui reste toutefois faible par rapport au nombre d'entreprises en France (4,2 millions). À mi-novembre 2023, l'Observatoire des sociétés à mission en dénombrait un peu plus de 1 300. Ces sociétés, en très grande majorité des entreprises de moins de 50 salariés (81 % à fin 2022), sont pour plus de la moitié implantées en dehors de l'Île-de-France (57 % fin 2022).

En moyenne, les sociétés à mission définissent environ quatre objectifs statutaires et environ neuf objectifs opérationnels, relève le premier panorama des sociétés à mission mené par KPMG et l'Observatoire début 2023. Pour 58 % de ces entreprises, les objectifs opérationnels sont associés à un horizon de temps, principalement à court ou moyen terme.

Ce premier bilan révèle aussi que la quasi-totalité des sociétés à mission de moins de 50 salariés ont mis en place un comité de mission, même si ce n'est pas une obligation pour elles. Près de 70 % des comités de mission sont composés majoritairement de membres externes et 96 % comptent au moins un membre externe. ■

SCOP ET SCIC : PLACER LES SALARIÉS AU CŒUR DE L'ENTREPRISE

Le choix de ces formes coopératives permet d'entreprendre en misant sur une gouvernance démocratique et l'implication des salariés.

Inscrites dans le mouvement de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS), les sociétés coopératives et participatives se caractérisent par une forte implication des salariés, des règles de gouvernance démocratiques et un partage spécifique des résultats visant à garantir leur pérennité. Prenant la forme de société coopérative de production (SCOP) ou de société coopérative d'intérêt collectif (SCIC), elles étaient plus de 4 400 en 2022, avec un total de près de 82 000 salariés, pour un chiffre d'affaires de 8,4 milliards d'euros.

Opter pour ce type de statut permet d'entreprendre tout en promouvant des valeurs comme la gestion démocratique et l'équité. Ainsi, les sociétés coopératives de production sont mues par un objectif de rentabilité, mais accordent une place centrale aux salariés. Elles peuvent donc aussi répondre aux aspirations de ces derniers à une plus grande implication dans leur entreprise.

PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES

Les SCOP peuvent prendre la forme d'une société par actions simplifiées (SAS), d'une société à responsabilité limitée (SARL) ou d'une société anonyme (SA). Elles comptent au minimum deux associés



4 400

Le nombre de SCOP et de SCIC en 2022, pour un chiffre d'affaires de 8,4 Mrds €.

ADOBE STOCK © STUDIO ROMANTIC

— Chacun dispose d'une voix en assemblée générale, quel que soit le capital qu'il détient. Les salariés sont donc pleinement impliqués dans la gestion et les décisions stratégiques de l'entreprise.

salariés dans les deux premiers cas et sept pour cette dernière. Le capital est variable et son montant minimal est de 30€ pour les SCOP en SAS ou SARL et 18 500 € pour celles en SA.

DES SALARIÉS ASSOCIÉS MAJORITAIRES

«Les coopératives sont des organisations démocratiques dirigées par leurs membres qui participent activement à l'établissement des politiques et à la prise de décisions», précise la Confédération générale des SCOP et SCIC. Ainsi, dans une SCOP, les salariés détiennent au minimum 51 % des parts sociales et 65 % des voix. Chaque salarié a vocation à devenir associé. S'il peut y avoir des associés extérieurs, ces derniers demeurent minoritaires. Lorsqu'un associé quitte la SCOP, il récupère le montant de son capital investi, sans plus-value.

Par ailleurs, chacun dispose d'une voix en assemblée générale, quel que soit le capital qu'il détient. Les salariés sont donc pleinement impliqués dans la gestion et les décisions stratégiques de l'entreprise. On parle de management participatif car les dirigeants sont élus par les salariés, pour un mandat d'une durée de 4 à 6 ans maximum selon le type de SCOP, qui peut être révoqué.

DES RÈGLES DE PARTAGE DES RÉSULTATS

L'autre principale caractéristique des SCOP réside dans les règles relatives au partage des résultats de l'entreprise. Ils sont répartis en trois parts.

Au moins 15 % des résultats sont affectés à la réserve légale de l'entreprise, qui se constitue ainsi un patrimoine propre, impartageable et consolide ses fonds propres. Une autre fraction des résultats doit aller à une réserve statutaire appelée «fonds de développement». Une partie de ces réserves peut être transformée en provision pour investissement (PPI). La SCOP s'engage alors à investir en matériel sous 4 ans.

Les salariés reçoivent au minimum 25 % des résultats sous forme de participation et d'intéressement.

Une dernière part des résultats est versée aux associés sous forme d'intérêts de parts sociales. Elle est obligatoirement inférieure à celles allant à l'entreprise et aux salariés.

LA SCIC POUR DES ASSOCIÉS DIVERSIFIÉS

Instituée par la loi en 2001, la SCIC «associe des personnes physiques ou morales autour d'un projet commun, à savoir la production ou la fourniture de biens et de services d'intérêt collectif qui présentent un caractère d'utilité sociale». Elle est particulièrement adaptée à la mise en œuvre de projets très ancrés sur un territoire.

Elle a pour particularité de comporter au moins trois sortes d'associés : les salariés ou les producteurs des biens et services proposés, les bénéficiaires de ces biens et services (clients, fournisseurs, habitants par exemple) et un autre type d'associés contribuant à son activité, comme des associations ou des collectivités territoriales. Ces dernières peuvent détenir jusqu'à 50 % du capital. Comme la

SCOP, la SCIC respecte des principes de fonctionnement coopératif. Chaque associé dispose ainsi d'une voix en assemblée générale, où les votes peuvent être décomptés par collèges d'associés. 57,50% des résultats doivent être affectés aux réserves impartageables de la coopérative.

FORMALITÉS ET FISCALITÉ

Les SCOP doivent obtenir un agrément auprès du ministère du Travail et lui transmettre chaque année des informations pour le suivi de leur activité. SCOP et SCIC sont par ailleurs tenus de se soumettre à une révision coopérative, qui permet de vérifier qu'elles fonctionnent bien selon les règles coopératives. La fréquence de ce contrôle varie selon les cas.

Les sociétés coopératives sont soumises à l'impôt sur les sociétés. Les SCOP bénéficient toutefois d'une exonération pour la part des bénéfices distribuée aux salariés et, le cas échéant, celle affectée à la PPI. Dans une SCIC, les sommes affectées aux réserves impartageables sont déduites des résultats. ■



DIRE ET PROUVER
SON ENGAGEMENT

LES CADRES STATUTAIRES

3

LES LABELS

LES BÉNÉFICES À L'EXTÉRIEUR



L'AGRÉMENT ESUS FORMALISE L'ENGAGEMENT DES **ENTREPRENEURS DE L'ESS**

Délivré par les pouvoirs publics, l'agrément Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale suppose la poursuite d'un objectif d'intérêt général et le respect de certaines règles de fonctionnement.

Créé par la loi relative à l'économie sociale et solidaire (ESS) de 2014, l'agrément Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale (ESUS) est une reconnaissance de l'utilité sociale de certaines entreprises à qui il permet l'accès à des aides et des financements spécifiques. On comptait 1930 entreprises bénéficiant de cet agrément, marqueur de leur engagement, au 1^{er} avril 2023.

Plusieurs conditions sont nécessaires pour l'obtenir. La structure doit d'abord appartenir au champ de l'ESS, ce qui suppose pour une entreprise commerciale d'avoir mis en place une gouvernance démocratique et de respecter certaines règles quant à l'utilisation de ses bénéfices. Ces derniers doivent ainsi être prioritairement affectés au maintien et au développement de l'activité et donc placés dans des réserves impartageables.

OBJECTIF D'UTILITÉ SOCIALE

L'entreprise doit « poursuivre une utilité sociale à titre d'objectif principal », précise la loi. Il peut s'agir par exemple du soutien à des



— Si cet agrément a plusieurs intérêts, il est d'abord un gage de l'engagement de l'entreprise, qu'elle peut mettre en avant auprès de ses différentes parties prenantes.

personnes vulnérables, d'une contribution à la lutte contre les inégalités ou à la préservation du lien social, ou encore d'une action en faveur du développement durable et solidaire ou pour le renforcement de la cohésion territoriale. Cet objectif doit figurer dans les statuts de l'entreprise.

Il faut que la poursuite de cet objectif ait un impact significatif sur le compte de résultat ou la rentabilité financière de l'entreprise. Deux cas de figure sont envisagés. L'entreprise peut ainsi démontrer que les charges d'exploitation liées aux activités participant à la recherche de l'utilité sociale représentent au moins 66% de l'ensemble des charges d'exploitation de son compte de résultat au cours des trois derniers exercices. Sinon, le rapport entre d'une part, la somme des dividendes et la rémunération des concours financiers non bancaires et d'autre part, la somme des capitaux propres et des concours financiers non bancaires, doit être inférieur au taux moyen de rendement des coopératives majoré d'un taux de 5%. Et ce, sur les trois derniers exercices.

ENCADREMENT DES RÉMUNÉRATIONS

Un autre critère porte sur la politique de rémunération de l'entreprise. Les salaires doivent être encadrés de manière que la moyenne des sommes versées aux cinq salariés ou dirigeants les mieux payés n'excède pas un plafond annuel fixé à 7 fois le Smic. Ou alors, la rémunération versée au salarié ou au dirigeant le mieux payé sur un an ne doit pas excéder le plafond de dix fois le Smic ou le salaire minimum dans la branche concernée. Enfin, les titres de capital de l'entreprise ne doivent pas être négociés sur un marché financier.

UN AGRÉMENT POUR 5 ANS

Les dossiers de demande d'agrément sont disponibles sur les sites des Directions régionales de l'économie, de l'emploi, du travail et des solidarités. Une fois rempli, le dossier doit être transmis, avec les pièces justificatives – notamment une copie des statuts, les comptes annuels des trois derniers exercices, les rapports d'activité – au préfet du département du siège social de l'entreprise, en trois exemplaires et par courrier recommandé. L'agrément est délivré pour cinq ans maximum, deux ans pour les structures de moins de trois ans au moment de la demande.

Obtenir cet agrément a plusieurs intérêts. Il est d'abord un gage de l'engagement de l'entreprise, qu'elle peut mettre en avant auprès de ses différentes parties prenantes. Il donne aussi accès à l'épargne solidaire des fonds « 90-10 » qui sont tenus d'investir une partie de leurs actifs dans des structures agréées ESUS. L'agrément peut aussi attirer les investisseurs qui bénéficient d'un régime fiscal avantageux dans le cadre du dispositif de réduction d'impôt pour les particuliers investissant en fonds propres dans les PME et notamment les entreprises ESUS. Enfin, il peut faire la différence dans certains marchés publics et ouvrir l'accès à des dispositifs d'accompagnement dédiés aux structures de l'ESS. ■

LABEL B CORP, UN RÉFÉRENTIEL INTERNATIONAL TRÈS EXIGEANT

Le label B Corp est une certification internationale décernée aux entreprises ayant des pratiques environnementales et sociales responsables et s'engageant dans une démarche d'amélioration continue.

L'ONG à l'origine du label B Corp, B Lab, a été fondée en 2006 aux États-Unis, par trois amis entrepreneurs, Jay Coen Gilbert, Bart Houlahan et Andrew Kasoy, qui partageaient une vision commune : faire de l'entreprise une force au service du bien commun. Les premières certifications sont intervenues en 2007.

B Corp signifie Benefit Corporation. La réputation de ce label vient des exigences très élevées qu'il véhicule en termes d'impacts positifs sur la société et l'environnement. Ce label est devenu un mouvement international : plus de 7 700 entreprises sont certifiées B Corp. Elles sont réparties dans 92 pays et emploient près de 700 000 personnes.

La branche européenne du mouvement, B Lab Europe, a été créée à Amsterdam en 2013 et dispose d'un bureau français depuis 2019. En France, plus de 300 entreprises issues de 42 secteurs d'activité sont certifiées B Corp. Les sociétés qui ont rejoint le mouvement sont à 88 % des PME et TPE, principalement issues des secteurs IT et services, produits et services de soins, alimentation/boissons et textile.



ADOBE STOCK © TAOA IMAGES

— Les entreprises certifiées B Corp sont censées s'engager dans une démarche d'amélioration continue, car c'est l'esprit de ce label. Les exigences sont d'ailleurs régulièrement revues à la hausse.

COMMENT OBTENIR LE LABEL B CORP ?

Le processus de certification comprend plusieurs étapes. Tout d'abord, il faut remplir un questionnaire sur Internet, le B Impact Assessment (BIA), qui permet à l'entreprise de s'auto-évaluer sur chacun des cinq piliers du label : gouvernance, collaborateurs, collectivité, environnement et clients. Cette première étape est gratuite et constitue un outil de mesure et de pilotage de l'impact pour toutes les sociétés, même celles qui ne veulent pas aller plus loin.

Si le score au BIA est supérieur à 80 points, l'entreprise peut soumettre son questionnaire en s'acquittant de frais (entre 250 € et 900 € en fonction du chiffre d'affaires). Elle doit ensuite procéder à la modification de ses statuts si ceux-ci ne sont pas conformes aux exigences légales B Corp. L'entreprise entre ensuite dans la première partie de l'audit, la phase d'évaluation. Plusieurs éléments (éligibilité, modèle d'affaire à impact, score au BIA...) y sont évalués.

La deuxième étape de l'audit est une phase de vérification : audit complet des réponses au BIA, justificatifs et audit téléphonique. Si l'entreprise obtient la certification, elle doit alors signer l'accord B Corp, la déclaration d'interdépendance B Corp et s'acquitter des premiers frais de certification annuels (indexés au chiffre d'affaires). L'association B lab France prévient qu'il faut actuellement jusqu'à douze mois pour réaliser l'ensemble du processus.

Y A-T-IL UN RISQUE DE PERDRE LE LABEL ?

La certification B Corp est valable trois ans. À l'issue de cette période, il faut recertifier. Les entreprises certifiées B Corp sont censées s'engager dans une démarche d'amélioration continue, car c'est l'esprit de ce label. Les exigences sont d'ailleurs régulièrement revues à la hausse.

Une révision complète des standards est en préparation depuis décembre 2020. Une première version a été finalisée en 2022 et soumise à la consultation du public. Une deuxième version sera publiée fin 2023 et soumise à une autre consultation publique entre janvier et mars 2024. Les nouveaux standards devraient progressivement entrer en vigueur à partir de 2025. ■



DIRE ET PROUVER
SON ENGAGEMENT

LES CADRES STATUTAIRES

LES LABELS

4

LES BÉNÉFICES À L'EXTÉRIEUR



ENTREPRISE ENGAGÉE : UN AVANTAGE POUR LES APPELS D'OFFRES

Pouvoir mettre en avant son engagement et ses actions en faveur de l'environnement ou de la société peut faire la différence pour remporter certains marchés.

Comme les autres, les entreprises engagées doivent convaincre de nouveaux partenaires et clients pour se développer. Leur engagement peut jouer un rôle d'accélérateur en facilitant leur sélection dans le cadre d'appels d'offres. Les donneurs d'ordre, qu'ils soient publics ou privés, sont en effet de plus en plus sensibles à la responsabilité sociale des entreprises (RSE) et le prix n'est désormais plus le seul critère de choix des commanditaires.

DES DONNEURS D'ORDRE EXIGEANTS

Dans le privé, les entreprises sont de plus en plus incitées à adopter une démarche RSE qui se traduit logiquement par une attention plus marquée aux accomplissements de leurs potentiels partenaires en la matière. Les plus grandes sont d'ailleurs tenues à un devoir de vigilance vis-à-vis de leurs sous-traitants. L'obligation de reporting extra-financier qui leur incombe favorise également la prise en compte de la dimension RSE dans l'établissement de leurs relations commerciales. La capacité à prouver son engagement environnemental ou social dans la réponse à un appel d'offres est donc un atout. C'est encore plus vrai quand celui-ci émane d'une structure engagée elle-



ADOBE STOCK © BQUAN

même. Les entreprises labellisées B Corp s'attachent par exemple à développer des collaborations entre elles.

COMMANDE PUBLIQUE RESPONSABLE

Dans la sphère publique aussi, la tendance est à la prise en compte des principes du développement durable et de la performance sociale dans les appels d'offres et à la mise en place de politique d'achats responsables. Le code de la commande publique a évolué en ce sens. Il permet ainsi la valorisation des entreprises responsables grâce à la prise en compte des critères environnementaux, sociaux et de gouvernances (ESG) dans les marchés publics intégrant une clause RSE. La loi Climat et Résilience prévoit d'ailleurs qu'intégrer au moins un critère RSE sera une obligation pour les appels d'offres de l'État et les collectivités publiques à compter de 2026. Elle a aussi élargi le champ des acteurs tenus de mettre en place un schéma de promotion des achats publics socialement et écologiquement responsables

MARCHÉS RÉSERVÉS

Des marchés publics peuvent également être réservés à certaines catégories de structures dont peuvent faire partie les entreprises engagées. Les acteurs publics ont ainsi la possibilité de réserver certains lots ou marchés aux opérateurs qui emploient des travailleurs handicapés et défavorisés, comme les entreprises adaptées ou d'insertion. Des marchés portant uniquement sur des services spécifiques, appartenant à une liste précise, comme l'aide à la recherche d'emploi, le développement de l'esprit civique ou encore la mise en place de services d'aide à domicile, peuvent aussi être réservés aux entreprises de l'économie sociale et solidaire. Une nouvelle possibilité de marché réservé a également été ouverte en 2022 pour les acteurs économiques exécutant des prestations prison et employant des détenus.

Ainsi, l'engagement d'une entreprise peut faire la différence pour emporter certains appels d'offres, voire dans certains cas pour pouvoir tout simplement y accéder. Néanmoins cela suppose de pouvoir apporter des éléments factuels témoignant de cet engagement dans sa réponse à l'appel d'offres concerné. Certains intègrent des questionnaires RSE qu'il peut être assez fastidieux de compléter. Dans tous les cas, pouvoir s'appuyer sur un label, une certification ou un statut attestant des valeurs et actions mis en place par l'entreprise, pourra faciliter la prise en compte de cet aspect par le commanditaire. ■

— L'engagement d'une entreprise peut faire la différence pour emporter certains appels d'offres, voire dans certains cas pour pouvoir tout simplement y accéder.

UN ATOUT POUR LEVER DES FONDS ET REVENDRE SON ENTREPRISE

L'entrepreneuriat engagé, lorsqu'il se matérialise concrètement, présente des atouts pour lever des fonds et en cas de revente de l'entreprise.

Une entreprise formellement engagée dans une démarche d'amélioration et de prise en compte des enjeux sociaux et environnementaux dispose d'un certain nombre d'atouts face aux investisseurs. La dernière cartographie réalisée par France Digitale, Bpifrance Le Hub et le Mouvement Impact France montre par exemple que les quelque 1 150 start-up à impact ont levé près de 10 milliards d'euros depuis leur création. Les plus grandes levées de fonds réalisées en 2023 dans la French Tech se trouvent d'ailleurs au sein de cette population de start-up, dont 82% ont obtenu au moins un label ou un statut pérennisant leur engagement (société à mission, agrément ESUS, label B Corp...).

FIABILISER L'IMPACT ET L'INFORMATION

En renforçant la gouvernance et en offrant un cadre adapté à la poursuite d'objectifs sociaux et environnementaux, la qualité d'entreprise à mission offre des garanties à toutes les parties prenantes de l'entreprise : salariés, fournisseurs, clients, actionnaires et investisseurs. Pour ces derniers, la mission peut agir comme un « moyen de fiabiliser l'impact » en réduisant l'écart entre l'impact projeté au



ADOBE STOCK #10512 GÉNÈRE À L'AIDE DE L'IA

— L'UE a mis en place une taxonomie verte afin d'orienter les investissements vers les activités économiques les plus durables. Les investisseurs ont donc besoin d'informations fiables concernant la durabilité des entreprises dans lesquelles ils comptent investir.

moment de l'investissement et l'impact effectivement réalisé, est-il souligné dans un rapport publié par le Forum pour l'investissement responsable (FIR).

Selon le FIR, la réduction du différentiel entre impact projeté et impact réalisé passe par trois voies. La qualité de société à mission est tout d'abord un engagement de long terme à valeur statutaire qui permet à l'investisseur de dialoguer sur la trajectoire d'impact. Par ailleurs, l'information relative aux objectifs sociaux et environnementaux est accessible et crédible : le comité de mission doit rendre un rapport annuel et les sociétés à mission sont périodiquement soumises à un contrôle par un organisme tiers indépendant (tous les deux ou trois ans selon la taille de l'entreprise). Enfin, la mission et le comité de mission permettent de réaligner la stratégie en cas d'aléas, ce qui offre à l'entreprise un meilleur contrôle de sa trajectoire par rapport aux objectifs d'impact.

LA TAXONOMIE VERTE POUR MIEUX ORIENTER LES INVESTISSEMENTS

La qualité de société à mission (ou un autre engagement formel) présente d'autant plus d'atouts face aux investisseurs que le cadre évolue au niveau européen pour mieux flécher les investissements. L'Union européenne a en effet mis en place une taxonomie verte afin d'orienter les investissements vers les activités économiques les plus durables sur le plan environnemental. Les investisseurs ont donc besoin d'informations fiables concernant la durabilité des entreprises dans lesquelles ils comptent investir.

UN ATOUT EN CAS DE REVENTE DE L'ENTREPRISE

L'engagement d'une entreprise peut également se valoriser en cas de revente de la structure. En effet, l'engagement sur le long terme, le contrôle de la mission et la crédibilité de l'information sont autant d'atouts qui peuvent séduire de potentiels acquéreurs. Les entreprises engagées bénéficient d'ailleurs d'une longueur d'avance sur la réglementation en matière de publication d'information de durabilité. La directive européenne relative à la publication de ces informations (CSRD), qui s'applique dès l'exercice 2024 aux grandes entreprises, concernera les PME cotées à partir de 2026. ■

ENGAGEMENT RSE : UN LEVIER POUR LA MARQUE EMPLOYEUR

Les salariés, surtout les plus jeunes, sont de plus en plus sensibles aux engagements sociaux et environnementaux de leur entreprise.

Les exigences des salariés évoluent. S'ils valorisent toujours le triptyque « rémunération, équilibre de vie et flexibilité », ils sont de plus en plus nombreux à attendre des engagements sociaux et environnementaux de la part de leur employeur. C'est surtout le cas des jeunes générations, parmi lesquelles 46 % souhaitent que leur entreprise prenne davantage en considération la question environnementale, selon une enquête menée par Le Comptoir Malakoff Humanis.

Ces exigences sont encore plus fortes chez les futurs diplômés. « Contribuer utilement à la société » apparaît ainsi comme leur deuxième objectif principal de carrière, derrière l'acquisition de compétences, selon la dernière édition du Baromètre des enjeux du premier emploi de l'EDHEC NewGen Talent Centre. La quasi-totalité des répondants (98 %) pensent que les entreprises ont un rôle à jouer par rapport aux grands enjeux sociaux et environnementaux du monde.

LES ATOUTS DE LA RAISON D'ÊTRE

Dans ce contexte, l'engagement d'une entreprise est un atout indéniable pour enrichir sa marque employeur et développer son attractivité. Et ce d'autant plus si cet engagement est sanctionné par un



ADOBE STOCK © ALFAZ

— 67 % des jeunes diplômés disent que la raison d'être de l'entreprise pourrait être « beaucoup » ou « totalement » le moteur de leur engagement dans l'entreprise.

label, une raison d'être ou encore l'adoption de la qualité de société à mission. Une étude sur le début de carrière des jeunes diplômés des grandes écoles montre ainsi qu'une raison d'être inciterait 71 % des répondants à rejoindre une entreprise.

Une société engagée sur les plans environnementaux et sociaux suscitera aussi plus d'engagement de la part de ses collaborateurs. Selon la même étude, 67 % des jeunes diplômés disent que la raison d'être de l'entreprise pourrait être « beaucoup » ou « totalement » le moteur de leur engagement dans l'entreprise et 55 % trouveraient engageant qu'une partie de leur rémunération soit liée à l'atteinte des objectifs extra-financiers de l'entreprise.

ENGAGEMENT ET RÉTENTION DES TALENTS : UN LIEN ÉTROIT

L'impact de l'engagement d'une entreprise sur sa marque employeur s'apprécie également en matière de fidélisation et de rétention des talents. C'est un aspect clé alors que les difficultés de recrutement augmentent : la part des entreprises ayant du mal à recruter est passée de 36 % à 52 % entre mai 2021 et mars 2023, selon une étude de la Banque de France. Les causes de ces difficultés sont variées (manque de main-d'œuvre, inadéquation des compétences aux emplois, localisation géographique, conditions de travail trop difficiles, etc.) et peuvent parfois être liées à un déficit d'image de l'entreprise.

Les principaux critères de fidélisation pour les salariés dans leur ensemble sont la protection sociale, les conditions de travail et la reconnaissance des efforts, d'après l'enquête menée par Le Comptoir Malakoff Humanis. Mais pour les jeunes générations, le top 3 est différent : l'autonomie et la protection sociale sont ex aequo suivis par l'implication dans les prises de décision et l'engagement de l'entreprise en matière d'environnement et de développement durable. Un engagement qui doit se traduire par des actions concrètes pour être pris au sérieux par les collaborateurs et les potentiels candidats. ■

POUR
EN SAVOIR PLUS
CONTACTEZ
VOTRE
EXPERT
COMPTABLE



&
rendez-vous sur le site d'information
www.experts-et-decideurs.fr