

Entreprises à mission : comment Rouen compte rattraper son retard

En Normandie, il y a moins d'entreprises à mission qu'ailleurs en France. Pour multiplier le nombre d'entreprises intégrant dans ses statuts des objectifs sociaux et environnementaux, la métropole de Rouen vient de signer un partenariat avec la Communauté des entreprises à mission.



La Normandie va-t-elle parvenir à rattraper son retard en matière d'entreprises à mission ? Cette émanation de la loi Pacte de 2019 permet à une entreprise d'intégrer dans ses statuts des engagements sociaux et environnementaux.

6 % du PIB, mais seulement 2 % des entreprises à mission

En Normandie, le statut de société à mission fait moins recette qu'ailleurs en France. "Nous nous sommes rendu compte qu'il existait un petit décrochage en Normandie : alors que la région représente 6 % du PIB français, elle ne compte que 2 % des sociétés à mission", souligne Thomas Meyer, directeur général du groupe rouennais Socaps et trésorier de la Communauté des entreprises à mission (Cem). Cette association fédérant les entreprises aspirant à expérimenter le modèle de la société à mission a signé, fin septembre, un partenariat avec la Métropole Rouen Normandie pour tenter de combler le retard.

"La métropole a pris du retard par rapport à des territoires comme Rennes ou Nantes"

Abdelkrim Marchani, vice-président de la Métropole Rouen Normandie

L'ambition affichée est claire : atteindre une proportion d'entreprises à mission équivalente au poids économique du territoire régional, soit 6 % à terme. Cela commence par Rouen où concrètement, la métropole vise 50 sociétés à mission d'ici fin 2027, contre une dizaine aujourd'hui.

Pour autant, une dynamique semble être enclenchée ces derniers mois : entre 2023 et 2024, la région a enregistré une progression de 50 % du nombre d'entreprises à mission, soit 36 structures engagées à fin 2024. Un constat que partage Abdelkrim Marchani, vice-président de la Métropole Rouen Normandie : "La métropole, qui a pris du retard par rapport à des territoires comme Rennes ou Nantes, est aujourd'hui celle qui se transforme le plus".

Coaching et mentorat

Pour favoriser l'émergence d'entreprises à mission sur son territoire, la Cem s'engage à accompagner les entreprises normandes et à faciliter leurs parcours, via ses ambassadeurs. Un accompagnement qui peut prendre la forme de coaching, de mentorat ou de formation.

L'objectif est également d'évaluer les retombées économiques et sociales des sociétés à mission sur le territoire. Par le biais de ce partenariat, Abdelkrim Marchani indique la volonté de la métropole de "créer un territoire propice aux entreprises à mission et des entreprises qui pourront s'entraider". Loin de vouloir transformer les entreprises dites traditionnelles en entreprises sociales et solidaires, il souhaite néanmoins pousser le modèle afin que "devenir une société à mission soit naturel et leur donner une orientation plus en phase avec le monde de demain". L'objectif, montrer l'exemple et créer des rôles modèles sur le territoire. "Si leur nombre se multiplie, cela crée une dynamique positive et l'envie pour les entreprises de s'inspirer de ces modèles vertueux sur le territoire", poursuit-il.

Le choc Lubrizol

Pour Abdelkrim Marchani, le partenariat est "le fruit d'une réflexion menée depuis plusieurs années". Une démarche amorcée, selon lui, dans le sillage de l'incendie de l'usine Lubrizol en septembre 2019, qui avait profondément marqué le territoire. Pour lui, pas question d'opposer économie et écologie. "Nous avons besoin d'entreprises qui produisent en minimisant les risques et qui décarbonent leur production".

Mobilisation des réseaux patronaux

Cette initiative s'inscrit ainsi dans la continuité de la stratégie de transition sociale et écologique menée par la Métropole Rouen Normandie. Depuis 2017, le territoire avait par exemple mis en place, la "COP 21 Rouen Normandie" pour engager les acteurs locaux autour d'une stratégie commune de transition. "Il nous manquait un outil pour embarquer l'ensemble des entreprises dites traditionnelles et créer le mouvement". Pour porter le sujet, la Cem va "lancer un plaidoyer auprès de tous les écosystèmes entrepreneuriaux, du club ETI, de Réseau Entreprendre, des syndicats patronaux", liste Thomas Meyer. Objectif : valoriser le modèle et expliquer ce qu'est

0nopU0NDHPbXaOTJ10j9HEmmpZFwA3oXXSdrb9kcSzcXP1OeZ1NIXFzoGikhyFG2PysioBdh2E19G2RrP1klynsZPwqoZ6dakoc2hxX4ZDAy

une entreprise à mission, l'engagement que cela représente, et l'organisation et la gouvernance à mettre en place.

Une transformation au long cours

Le directeur général de Socaps, qui a été le premier sur le territoire, en juin 2021, à enclencher le process pour que son groupe coopératif devienne une entreprise à mission, prévient que le processus prend "entre 12 et 18 mois". Car il faut introduire dans leurs statuts une raison d'être, inscrire des objectifs sociaux et environnementaux, créer une gouvernance spécifique et une évaluation indépendante au groupe de travail pour ce "processus volontaire, autocontraint, et transparent d'optimisation de l'impact social et environnemental de l'entreprise". Et Abdelkrim Marchani de se féliciter que la qualité d'entreprise à mission soit "un vrai garde-fou", grâce aux structures qui évaluent la promesse que les entreprises inscrivent dans leur statut.

0nopU0NDHPbXaOTJ10j9HEmmpZFwA3oXXSdrb9kcSzcXP1OeZ1NIXFzoGikhyFG2PyslobDh2E19G2RPP1klynSZPwqoZ6dakoc2hxx4ZDAy