Les bénéfices de la société à mission : une étude d'impact

EXECUTIVE SUMMARY

1ère ÉTUDE D'IMPACT en France

Près de
3 000
SOCIÉTÉS À MISSION
depuis 2019

APRÈS 7 ANS DE SOCIÉTÉ À MISSION : QUEL BILAN ?

Sept ans après la loi PACTE, près de 3 000 entreprises ont adopté la qualité de société à mission en France. Le modèle se développe : sa diffusion est documentée par le baromètre des sociétés à mission, son fonctionnement pris en main par les entreprises volontaires qui se l'approprient.

UNE QUESTION CENTRALE

Que change la mission pour l'entreprise, ses partenaires et son territoire ?

Ce travail constitue la première étude d'impact des sociétés à mission selon une méthodologie structurée et adaptée à la diversité des acteurs. L'objectif : comprendre ce que peut induire le fait d'être société à mission, éclairer les mécanismes à l'œuvre et les conditions de réalisation de ces effets.

DE L'INTENTION À L'IMPACT

L'étude comporte plusieurs dimensions, quantitatives et qualitatives, combinant analyse sémantique, entretiens et questionnaires, et explore les effets de la mission, de l'intention exprimée dans les statuts aux impacts concrets observés en interne et en externe. Elle couvre plusieurs centaines de sociétés à mission suffisamment anciennes pour avoir mené au moins une vérification par un OTI*, de tous secteurs et de toutes tailles, et dans toutes les régions.

750
SOCIÉTÉS À MISSION
étudiées
(51,2% de la cible)

* OTI : Organisme Tiers Indépendant

ÉTUDE D'IMPACT DES SOCIÉTÉS À MISSION

INTENTION

+ 500
MISSIONS ANALYSÉES
Les raisons d'être et objectifs que les entreprises choisissent de poursuivre, formalisés dans leurs statuts

MECANISMES

40
ENTRETIENS INDIVIDUELS
La manière dont la mission oriente les décisions, modifie les pratiques, et fait dialoguer intentions et impacts

IMPACTS

500
RÉPONSES À 2 QUESTIONNAIRES
Les effets de la mission que les entreprises perçoivent sur leur activité, leur organisation et leur écosystème

3 BÉNÉFICES PRINCIPAUX

Parmi la forte variété des effets identifiés (à découvrir dans l'étude complète), trois bénéfices clés se dégagent qui, s'ils ne sont pas systématiques, touchent une forte proportion de sociétés à mission.

1

Ancrée dans l'activité, la mission guide l'entreprise sans l'inhiber

La mission s'intègre souvent pleinement à l'activité : **68 %** des missions analysées comportent au moins un objectif propre au secteur de l'entreprise. Surtout, l'adoption de la qualité ne se fait pas au détriment de la santé financière : **81 %** des entreprises répondantes se déclarent satisfaites de l'évolution de leur chiffre d'affaires, et **67 %** de celle de leur EBITDA, depuis l'adoption de la qualité.

2

La mission aide à structurer l'entreprise et soutient son développement

57 % des sociétés répondantes déclarent avoir développé une nouvelle offre de produit ou de service dans le cadre de leur mission. Concevoir et faire vivre la mission aboutit en effet à la création d'un cadre qui aide à mieux coordonner les équipes en transverse et travailler avec ses parties prenantes, mais aussi interroger les pratiques, développer l'innovation et faire évoluer les offres.

3

Des effets bénéfiques plus étendus que prévu et dépassant l'entreprise seule

Conçue d'abord pour l'entreprise, la mission peut affecter tout son écosystème. **70 %** des entreprises répondantes considèrent que leur engagement tend à inspirer et faire bouger les lignes dans leur secteur d'activités, voire dans l'économie en général. Elles peuvent ainsi devenir un point d'appui pour agir avec d'autres acteurs d'une filière ou d'un territoire.

POUR UNE MOBILISATION COLLECTIVE

La valeur d'une société à mission se mesure à ses effets : comment la mission permet de passer d'une intention à des choix, d'une inscription dans les statuts à une diffusion dans les processus et la culture de l'entreprise, jusqu'à l'évolution de ses activités. Ces résultats éclairent les mécanismes à l'œuvre et le large spectre des bénéfices perçus, reflet de la diversité des sociétés à mission.

Des défis demeurent cependant, notamment sur l'enseignement, la diffusion et la valorisation de ce modèle auprès des dirigeants économiques. Nous appelons à une mobilisation collective des organisations qui portent ce modèle et des pouvoirs publics pour construire une économie robuste qui allie liberté entrepreneuriale, engagements et preuves.