

Le Monde diplomatique

Décembre 2024

LE MONDE *diplomatique*

Par Thomas Jusquiamé

ENTREPRENEURS ACTIVISTES, INVESTISSEURS MILITANTS

Les fortunes de la vertu

Capitalisme « éthique » ? La contradiction dans les termes reflète la volonté de l'ordre économique d'incorporer les questions environnementales dans une matrice marchande, à la fois pour se relégitimer et pour faire des affaires. Aux yeux des alchimistes du marché, le désastre social et écologique actuel se transforme en « opportunités ».

EN mars 2024 se déroulait le cinquième sommet ChangeNow, « le plus grand événement des solutions pour la planète ». Moyennant l'achat d'un ticket à 390 euros pour se rendre au Grand Palais, à Paris, chaque visiteur – 35 000 selon l'organisateur – passe sous une arche enroulée de végétaux sur laquelle on peut lire « Welcome heroes of change ». Quelques mètres plus loin, une jeune bénévole habillée d'un T-shirt à slogan « There is no planet B » l'invite à s'installer dans une structure en mycélium, une matière décrite comme « mystérieuse et vivante » permettant de « toucher des vérités souterraines révélées par ses propriétés oraculaires ». Une œuvre sponsorisée par les champagnes Ruinart.

Dans l'une des premières conférences de la journée, intitulée « Transformer les entreprises de l'intérieur : de la gouvernance à l'activisme des employés », M^{me} Nina Hajikhania, directrice générale de la marque de prêt-à-porter Patagonia, explique d'emblée que son entre-

prise « vend de l'espoir » et exhorte à « ne plus être spectateur » du changement climatique. Durant douze petites minutes de présentation, trois histoires seront contées, dont celle d'une lutte victorieuse de quelques femmes contre un projet de barrage hydraulique par une entreprise polluante et peu scrupuleuse qui cherche à « monétiser la nature ».

Les interventions « inspirantes » de grands patrons français tels que MM. Sébastien Bazin (groupe Accor), Pierre Coppey (Vinci), Jean-Philippe Courtois (Microsoft France), Benoit Bazin (Saint-Gobain) – ainsi que celles de hauts cadres du CAC 40 (LVMH, BNP Paribas, Pernod Ricard, Sanofi, Axa...) – s'entremêlent à celles d'activistes (Vandana Shiva) ou d'artistes musicaux en vogue (Shaka Ponk), pour relayer le message de fond qui résonne tout au long de la journée : la lutte contre les inégalités sociales et les effets du changement climatique passera par les entreprises et ceux qui les financent.

Au pays des « licornes à impact »

LES quelques centaines de stands et les milliers de visiteurs présents ce jour-là forment un vivier potentiel de recrutements, de projets entrepreneuriaux et d'« opportunités business » prêts à tomber dans les filets des grands groupes et des fonds d'investissement tissés pour l'occasion. Si ces acteurs du capital-risque sponsorisent directement l'événement, on remarque surtout le tapis rouge que leur déroule l'équipe de ChangeNow – à l'origine « *trois entrepreneurs animés par une mission* » : salons privés, cycle de conférences et tables rondes à leur gloire, « afterwork » réservé, sessions de speed dating avec des patrons. L'organisation chapeaute également d'autres événements, tels que les Universités d'été de l'économie de demain ou le World Living Soils Forum – « *un rassemblement dédié à la préservation, la santé et la régénération des sols* » sponsorisé par Moët Hennessy.

Autodésignés entrepreneurs activistes ou investisseurs militants, ces adeptes d'un capitalisme qui serait devenu « patient (1) », revendiquent leur appartenance au secteur dit « de l'impact ». Si ce qualificatif généreusement saupoudré sur le site de ChangeNow ne possède pas de contours juridiques officiels, Bpifrance identifie ce type d'acteur comme une entreprise qui « *intègre dans son modèle économique un impact social et environnemental positif sur la société* ». Il faut ajouter – pour les distinguer du secteur de l'économie sociale et solidaire (ESS) – qu'il ne s'agit pas d'associations ou de fondations mais de sociétés anonymes (SA) ou par actions simplifiées (SAS), dont le modèle économique et la gouvernance au service des actionnaires aboutissent à la recherche d'une position dominante sur un marché ainsi qu'à une revente potentiellement fructueuse de leurs actions (2).

Inquiètes de voir engagée leur responsabilité dans les crises écologique et sociale, les entreprises revisitent depuis quelques années leur communication, leur stratégie marketing et, dans quelques cas, une partie de leur activité. La modification en mai 2019 de l'article 1835 du code civil les incite à se

doter d'une « raison d'être » – et permet aux conseils d'administration d'exprimer la fièvre humaniste qui les saisit (3). Le marchand d'armes Dassault se donne ainsi pour mission d'« *imaginer des innovations durables, capables d'harmoniser les produits, la nature et la vie* » (4).

Mais ces professions de foi semblent dérisoires face aux menaces socio-environnementales. Même l'Agence de la transition écologique (Ademe) estime que l'inaction face aux effets du changement climatique pourrait coûter « *5 à 20% du PIB [produit intérieur brut] mondial, contre 1% pour celui de l'action* » (5). L'influente association patronale Mouvement Impact France – soutenue par BNP Paribas, Google, la Société nationale des chemins de fer français (SNCF), le ministère de l'économie, la Caisse d'épargne ou le groupe Adecco – résume parfaitement la situation. Les entreprises, explique son manifeste, « *doivent prendre leurs responsabilités pour assurer leur avenir et celui de la planète. La capacité à attirer les jeunes talents, à renouer avec la confiance des consommateurs, à investir de nouveaux marchés dépendra de cela* ». M. Pascal Demurger, directeur général de l'assureur MAIF et coprésident de l'association, a par exemple fait le choix d'un « *impact positif* » centré sur le bien-être de ses salariés. Une discussion avec une consultante en ressources humaines a récemment provoqué chez l'énarque une prise de conscience qui a fait économiser 150 millions d'euros de coûts d'acquisition en « *alignant les intérêts des salariés avec ceux de l'entreprise* » (6). Comment? Lors d'un séminaire, il demande à ses 800 managers de se concentrer non plus sur les objectifs opérationnels du groupe, mais « *uniquement [sur] l'épanouissement de [leurs] collaborateurs* ». Une démarche

* Journaliste.

qui se résume en trois éléments : « *expliquer aux gens en quoi ils sont utiles* », leur exprimer la « *confiance* » que l'entreprise place en eux, nourrir des « *relations basées sur une forme de bienveillance* ». Pareille stratégie aurait permis à l'entreprise aux 3,7 millions de voitures assurées et aux 4,7 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel (2023) de réduire de 25 % son taux d'absentéisme en quelques mois et d'atteindre un record historique d'« *attractivité de la marque* », mesurée depuis 1934.

Le Sommet de la mesure d'impact organisé le 18 avril à Paris symbolise cette volonté des entreprises de traduire leurs actions vertueuses en indicateurs valorisables par le marché et par l'État. Juché sur une estrade barrée du slogan « *Changer le système* » dans le somptueux amphithéâtre du Conseil économique, social et environnemental (CESE), l'ex-premier ministre Gabriel Attal prononce un discours en faveur du business de l'impact. Il justifie sa présence par le besoin de « *diffuser une culture de la mesure d'impact* » et rappelle que la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) constitue un « *impératif pour attirer les talents et une nécessité pour attirer les clients* ». Défilent alors sur scène un cortège de ministres, de patrons de multinationale – dont Coca-Cola, leader mondial de la pollution plastique –, d'universitaires et d'artistes qui tous ont répondu à l'invitation du « *premier think-and-do tank européen dédié aux initiatives et à l'économie à impact positif* ». Impact Tank a été créé à l'initiative du groupe SOS (7). Il reçoit le soutien de prestigieuses écoles de commerce, telles que l'École supérieure des sciences économiques et commerciales (Essec) ou Dauphine. Pour « *changer le système* », l'organisation compte sur 135 partenaires décidés à en finir avec les injustices et à protéger la nature, comme la banque JP Morgan, BNP Paribas, Airbus, AstraZeneca, Fnac Darty, Accenture, Orange, Veolia, Procter & Gamble, Hewlett-Packard, Heineken, etc.

Au cours du débat intitulé « *L'impact systémique : pour changer l'économie tout entière* », l'entrepreneuse Julia Faure, coprésidente du Mouvement Impact France et cofondatrice d'une marque « *éthique* » de prêt-à-porter, se démarque par une vigoureuse intervention sur les risques qui menacent le monde des affaires : « *Il y a urgence à faire quelque chose, à changer les règles du jeu. Et si on ne le fait pas, on le fera de*

force, parce que ces inégalités qui s'accroissent, ça veut dire des révoltes, les "gilets jaunes" ! Et le changement climatique qui s'accroît, c'est des inondations. Il n'y a pas de business en ce moment dans le Nord tellement tout a été inondé ! »

Transformer ces risques en nouvelles opportunités de marché passerait d'abord par une transformation du regard : se focaliser non plus sur le chiffre d'affaires, la rentabilité, le cours de l'action et les perspectives de croissance, mais prendre en compte des indicateurs dits « *extra-financiers* ». Le concept de « *licorne à impact* » proposé par le Mouvement Impact France, le cabinet de conseil Boston Consulting Group (BCG) et l'Essec donne un aperçu de ce nouveau modèle de valorisation des entreprises.

Dans le jargon entrepreneurial, une valorisation financière dépassant le

milliard d'euros obtenu en moins d'une décennie caractérise une « *licorne* » – on en dénombre vingt-neuf en France, dont Lydia, Doctolib ou Bla-BlaCar. On la considérera « *à impact* » si elle étalonne sa valeur sur les « *coûts évités à la société* » : des produits ou services qui évitent des dépenses à l'État ou aux collectivités. Exemple : la start-up May propose une application qui répond aux questions des parents sur la période de grossesse. Que vaut-elle ? Si l'on multiplie un indicateur d'impact (le « *nombre de passages aux urgences et chez le médecin évités* ») par le coefficient des « *peurs levées* » chez les utilisateurs et par l'unité de coût évité (le montant d'un passage aux urgences), on obtient plusieurs centaines de milliers d'euros évités à l'année. Il faut atteindre 50 millions d'euros évités pour décrocher le statut de « *licorne à impact* ».

Dans les poches des contribuables

À L'INSTAR de l'indice des quarante plus importantes valorisations financières de la Bourse de Paris (CAC 40), le Mouvement Impact France a lancé son indice « *Impact 40/120* » pour attirer le regard des investisseurs sur « *40 futures licornes à impact* » et les « *120 plus prometteuses* » (8). Une fois constituée cette avant-garde du capital, attentive aux réarticulations éthiques et sociétales, reste à la greffer au système traditionnel dont elle deviendra la nouvelle façade « *bienveillante* » et « *responsable* ». Cofinancée par l'Union européenne et le géant mondial du logiciel SAP, une rencontre soutenue par le programme Buy Social Europe B2B visait, le 18 septembre dernier, à « *faire se rencontrer des start-up à impact et des grands groupes afin qu'ils nouent des relations commerciales* » (9). Le secteur attire désormais le capital-risque, une activité plus que jamais en quête de vertu.

Si la finance à impact ne représente que 5 % des 24,7 milliards d'euros investis par l'ensemble du marché français du capital-investissement en 2023 (France Invest, 2023), les encours de cette niche enregistrent en moyenne une augmentation de 140 % par an entre 2017 et 2022 (10). On dénombre en France environ 128 fonds à impact, un chiffre qui a doublé depuis 2021 ; ils regroupent aussi bien des multinationales (L'Oréal,

Renault, Schneider, BNP Paribas, Engie, Axa, Amundi, Rothschild & Co) que des fonds d'investissement traditionnels et spécialisés, comme l'incontournable Mirova et ses 28,4 milliards d'euros d'actifs en gestion (11).

Au cours d'une enquête de terrain, le chercheur Vincent Himmer a examiné au sein de l'un de ces fonds l'activité de 81 sociétés à impact. Il observe d'abord une grande hétérogénéité des indicateurs extrafinanciers qui servent à sélectionner les entreprises susceptibles de bénéficier de financements : chaque gestionnaire dispose de ses propres calculs de mesure. Une fois la levée de fonds réalisée, le suivi des indicateurs socio-environnementaux disparaît progressivement lors des réunions stratégiques au profit d'un suivi de performances opérationnelles focalisé sur la capacité de survie économique de ces sociétés. Le chercheur remarque également que l'écrasante majorité des entreprises de la catégorie gérées par le fonds reposent sur l'aide publique : subventions, exonérations fiscales, ressources issues de prestations sociales. Ce soutien institutionnel ne se retrouve évidemment pas dans la rhétorique des financiers, qui préfèrent mettre l'accent sur l'activité bienfaitrice des entreprises dans lesquels ils investissent. *Avec tout cela, l'industrie financière se paye une nouvelle vitrine aux*



© ADAGP, PARIS, 2024 - COURTESY DE L'ARTISTE ET GALERIE ANNE-SARAH BÉNICHOU

MAXIME VERDIER. – « En avant! », 2024

mer. « *Le problème dans la mouvance contemporaine du capitalisme éthique, explique-t-il, n'est pas que les grands groupes mentent sur leurs actions "vertueuses", mais que ces dernières n'occupent qu'une place systématiquement marginale de leur activité. Ce qui est critiquable, c'est cette focalisation sur une minorité d'activités "vertueuses", comme pour faire oublier tout le reste.* » Notamment la récupération et la marchandisation progressive des enjeux socio-écologiques par les conseils d'administration.

(1) Camille Wong, « Les fonds "evergreen", version "patiente" du capital-risque », *Les Échos*, Paris, 4 janvier 2023.

(2) Jean-François Draperi, *Ruses de riches. Pourquoi les riches veulent maintenant aider les pauvres et sauver le monde*, Payot, Paris, 2020.

(3) Lire Laura Raim, « L'arnaque des entreprises responsables », *Le Monde diplomatique*, juillet 2021.

(4) Site de Dassault Systèmes, rubrique « Notre mission », www.3ds.com

(5) Communiqué de presse, « Les risques climatiques et leurs coûts pour la France », 6 décembre 2023, <https://presse.ademe.fr>

(6) Conférence de M. Pascal Demurger, plénière de clôture de la convention APM (Ateliers des prochains mondes), 2023.

(7) Lire Margot Hemmerich et Clémentine Métenier, « Groupe SOS, l'ogre qui dévore le monde associatif », *Le Monde diplomatique*, janvier 2023.

(8) « Pourquoi un impact 40/120 ? », www.impactfrance.eco

(9) « Impact40 rencontre CAC40 : Retour sur ce nouveau format inédit ! », 17 septembre 2024, www.impactfrance.eco

(10) Vincent Himmer, « Le capital, sa logique et ses principes. Le capitalisme "éthique" au prisme de la finance et de l'entrepreneuriat "à impact" », Institut d'études politiques, Paris, thèse de doctorat soutenue le 28 novembre 2024.

(11) Chris Sloley, « Comment Philippe Zauati entend doubler les encours de Mirova d'ici 2030 », 14 novembre 2023, <https://citywire.com>