



BAROMÈTRE DE L'OBSERVATOIRE

Portrait des sociétés à mission

Septembre 2021



Qu'est-ce qu'une société à mission ?

La société à mission, telle que définie dans la loi PACTE, constitue un modèle d'entreprise qui cherche à orienter le pouvoir de transformation des entreprises pour résoudre les **enjeux sociaux et environnementaux** du XXI^e siècle, en liant capacité **d'innovation** et **solidarité** envers les parties prenantes. Elle permet à l'entreprise de définir une raison d'être qui lui est propre et de choisir les objectifs contributifs aux enjeux sociaux et environnementaux qu'elle se donne. L'inscription de la mission dans les statuts permet d'obtenir l'engagement des actionnaires et ainsi de mettre au même niveau la performance sociale, environnementale et économique.

Née de la loi PACTE promulguée en mai 2019, la mission se compose d'une raison d'être (définissant son identité, son utilité à la Société et le futur que l'entreprise veut contribuer à bâtir), d'objectifs sociaux ou environnementaux associés et d'une gouvernance protectrice de la mission.

Et en pratique ?

Selon la loi, une entreprise qui souhaite obtenir la qualité de société à mission doit respecter cinq conditions :

- Inscription dans les statuts d'une raison d'être;
- Inscription dans les statuts d'un ou plusieurs objectifs sociaux et environnementaux que la société se donne pour mission de poursuivre dans le cadre de son activité;
- Inscription dans les statuts des modalités du suivi de l'exécution de la mission mentionnée. Ces modalités consistent en la mise en place d'un comité de mission (ou un référent de mission pour les entreprises de moins de 50 salariés), distinct des organes sociaux et comportant au moins un salarié, qui est chargé exclusivement du suivi de la mission. Le comité de mission doit présenter annuellement un rapport joint au rapport de gestion à l'assemblée chargée de l'approbation des comptes de la société. Pour ce faire, il procède à toute vérification qu'il juge opportune et se fait communiquer tout document nécessaire au suivi de l'exécution de la mission;
- Vérification par un organisme tiers indépendant (OTI) au moins une fois tous les deux ans (au moins une fois tous les trois ans pour les entreprises de moins de 50 salariés) de la bonne exécution des objectifs sociaux et environnementaux. Cette vérification donne lieu à un avis joint au rapport du comité de mission, publié sur le site internet de la société et qui demeure accessible publiquement au moins pendant cinq ans. La première vérification se fait dans les 18 mois suivant la déclaration de la qualité au registre du commerce et des sociétés (24 mois pour les sociétés de moins de 50 salariés);
- L'entreprise doit déclarer la qualité de société à mission au Greffe du Tribunal de Commerce, suite aux changements statutaires présentés et votés en assemblée générale. Le Greffe la publie au registre du commerce et des sociétés, sous réserve de la conformité de ses statuts aux conditions mentionnées ci-dessus.

Ces conditions sont aussi valables pour les mutuelles à mission, excepté la déclaration au Greffe du Tribunal de Commerce.

Troisième édition du baromètre des sociétés à mission

Méthodologie: les sociétés ont été identifiées sur la base d'une veille quotidienne, de la remontée d'informations des membres de la Communauté des Entreprises à Mission et de Mines ParisTech. Un questionnaire auto-administré leur a été envoyé et a permis de recueillir des données sur le profil

des entreprises qui ont acté leur changement statutaire jusqu'au 30 juin 2021.

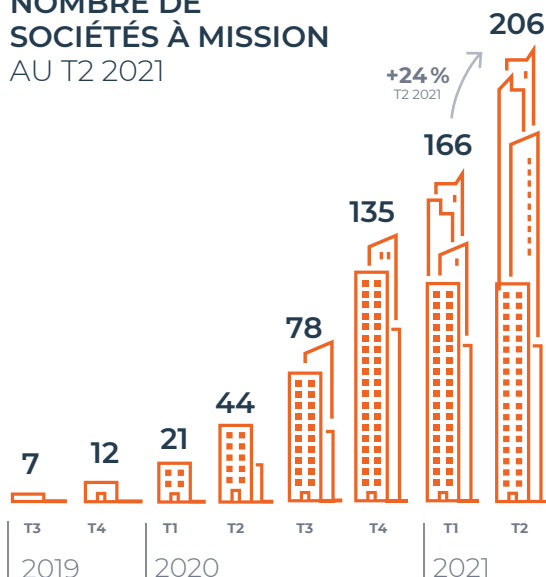
NB: Notre analyse a retenu la date de vote des nouveaux statuts et non la date de communication autour de la mission. C'est pour cette raison que les chiffres de ce baromètre peuvent varier de ceux présentés dans le précédent.

Le nombre de sociétés à mission a quadruplé en un an

Le nombre des sociétés à mission augmente à un rythme rapide depuis la promulgation de la loi PACTE (mai 2019).

Alors que 44 entreprises étaient société à mission au 2e trimestre 2020, leur nombre a plus que quadruplé en un an, atteignant 206 sociétés à mission au 30 juin 2021. Au 2e trimestre, cette croissance se poursuit à un rythme comparable à celui du 1er trimestre (+ 24%).

NOMBRE DE SOCIÉTÉS À MISSION AU T2 2021



Une qualité adoptée par toutes les tailles d'entreprises

La répartition des entreprises selon leur taille est la même que lors du premier baromètre: les entreprises de moins de 50 salariés représentent 70% des sociétés à mission.

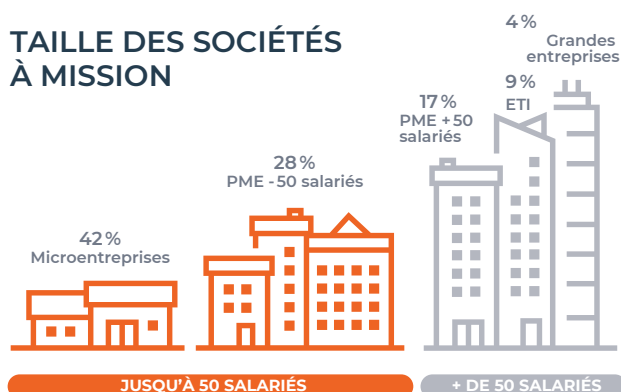
Si les microentreprises et les PME de moins de 50 salariés assurent la dynamique de la société à mission, les ETI et les grandes entreprises s'intéressent de plus en plus à ce nouveau modèle. Ces dernières ont constitué 17% des nouvelles entreprises à mission du 1er semestre 2021, contre 7% en 2020.

Deux grandes entreprises se sont transformées au cours de ce trimestre: Vivalto Santé et Groupe La Poste. Elles rejoignent ainsi les six grandes entreprises déjà sociétés à mission.

Trois ETI ont adopté la qualité de société à mission au 2e trimestre 2021: Voltalia, Relyens et SOCAPS, ce qui fait un total de 18 ETI sociétés à mission.

Voltalia est d'ailleurs la quatrième entreprise cotée ayant adopté cette qualité, après Danone, REALITES et Frey.

TAILLE DES SOCIÉTÉS À MISSION



500 000

Salariés concernés
par la mission

500 000 salariés travaillent au sein d'une société à mission au 2e trimestre 2021. Depuis avril 2021, ce chiffre a plus que doublé grâce au passage du Groupe La Poste en société à mission (250 000 salariés), de Vivalto Santé (80 000 salariés) ainsi que les salariés des 3 ETI (30 000 salariés au total).

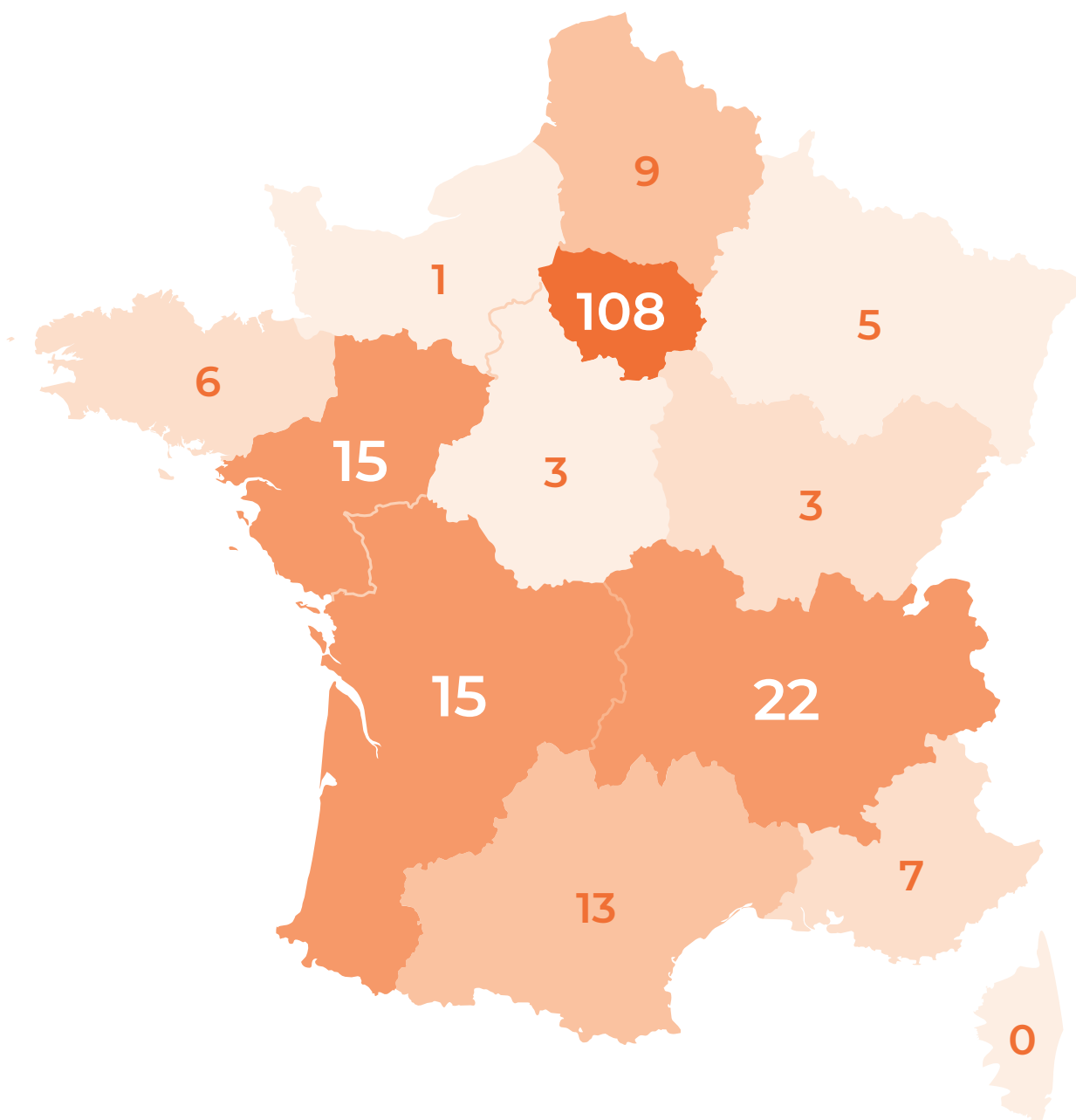
Une dynamique croissante en régions

Un rééquilibrage territorial des sociétés à mission est en train de s'opérer. Fin décembre 2020, les entreprises en régions ne représentaient que 38% des sociétés à mission en France. La situation s'est inversée au cours du deuxième trimestre: 65% des entreprises qui sont nées ou devenues à mission sont implantées en dehors de

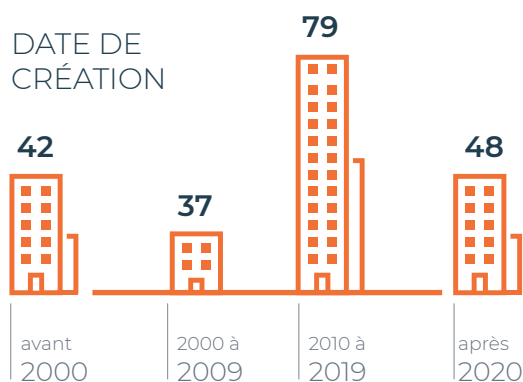
l'Île-de-France. La dynamique est particulièrement notable dans les régions en tête du classement: Auvergne-Rhône-Alpes (11%), Pays de la Loire (7%) et la Nouvelle Aquitaine (7%).

Les Pays de la Loire ont été particulièrement dynamique avec un doublement du nombre de sociétés à mission au 2^e trimestre 2021.

En Normandie, ce trimestre a été marqué par le passage d'une première entreprise en société à mission: le groupe coopératif SOCAPS. La Corse et les DROM-COM ne comptent pas encore de société à mission.



Un modèle dont s'emparent les entrepreneurs



Si la majorité des sociétés à mission ont été créées entre 2000 et 2019, la part des sociétés nées à mission progresse, passant de 21% au 1^{er} trimestre 2021 à 23% au 2^e trimestre 2021.

La société à mission, nouvel appui à l'engagement des entreprises de l'ESS

La part des entreprises de l'ESS est stable, à hauteur de 11% des sociétés à mission en France. Trois nouvelles sociétés à mission sont issues de l'ESS, dont deux mutuelles (Relyens et MAIF Vie) et une coopérative (SOCAPS).



La société à mission: une qualité complémentaire aux labels RSE

Les sociétés à mission se tournent également vers des labels et des certifications, en y voyant une complémentarité avec leur démarche de société à mission. B Corp, certification internationale de référence, est choisi par 12% des sociétés à mission.



Les sociétés à mission sont majoritairement des entreprises de services

Le secteur des services reste le plus représenté et sa part augmente au 2^e trimestre 2021 pour atteindre 83% des sociétés à mission, contre 79% au 1^{er} trimestre 2021. Parallèlement, la part du secteur de l'industrie baisse légèrement, passant de 10% au 1^{er} trimestre 2021 à 7% au 2^e trimestre 2021.



Trois entreprises du secteur du commerce font leur entrée parmi les sociétés à mission:

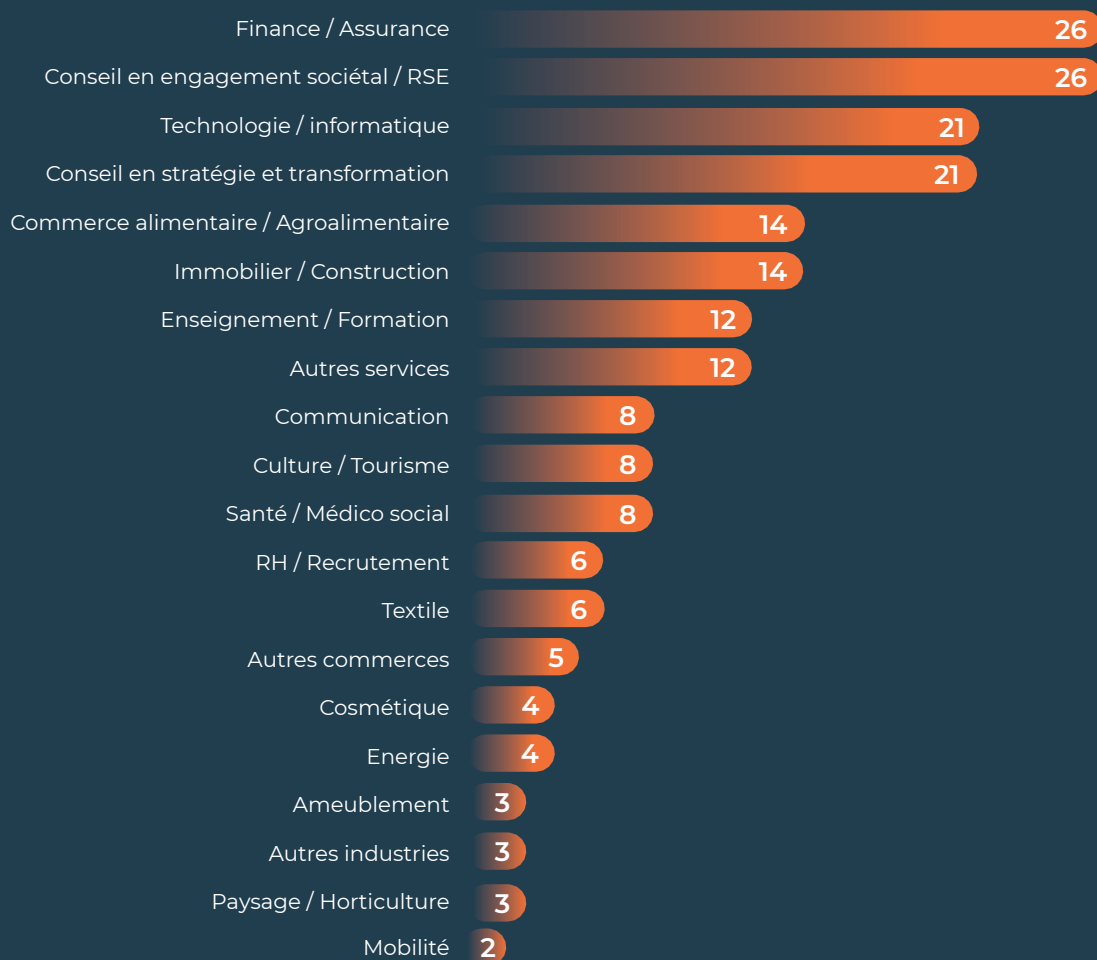
- **Vranken Pommery**, le groupe de vins de Champagne
- **Greenweez**, plateforme en ligne de produits bio et filiale du groupe côté Carrefour
- **Il Était Plusieurs Fois**, plateforme de vente en ligne de vêtements d'occasion pour enfant.

Des entreprises de conseil, de la finance / assurance et de la tech bien représentées

Les entreprises de conseil en RSE et de la finance / assurance sont toujours les plus représentées avec 13 % des sociétés à mission, suivies de près par la tech et le conseil en stratégie et transformation avec 10 %.

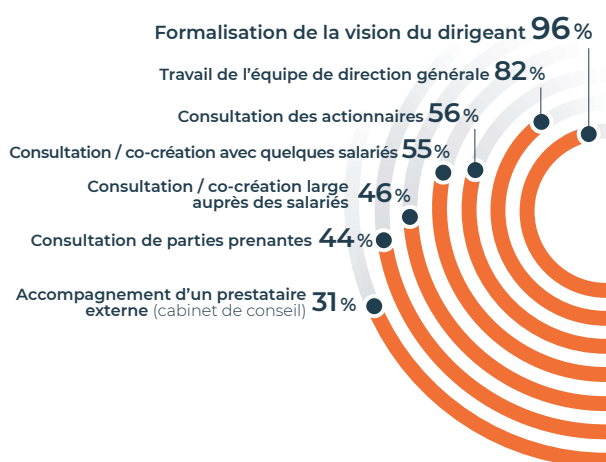
Le Groupe La Poste devient la première entreprise du portefeuille de l'Etat à se transformer en société à mission. Autre précurseur, Voltalia devient la première société à mission dans le secteur de la production d'énergie.

Ce trimestre a aussi été marqué par la création de la première entreprise à mission dans la restauration, Pizzeria Agapè, et par le passage de la première galerie d'art à mission, The Caring Gallery.



Quand l'entreprise devient un projet collectif

LES ACTEURS IMPLIQUÉS DANS LA DÉMARCHE (PLUSIEURS RÉPONSES SONT POSSIBLES)



La démarche de société à mission est presque systématiquement impulsée par le dirigeant de l'entreprise. Il s'implique au 1^{er} plan dans la formalisation de la mission, qu'il élabore en étroite collaboration avec son équipe de direction générale, et qui devient le reflet de leur vision de l'entreprise.

Dans la majorité des cas, la formulation de la mission est travaillée en interne, en y associant quelques salariés (55 %) ou en consultant une grande partie, voire l'ensemble des salariés de l'entreprise (46 %).

Dans 56 % des cas, les actionnaires sont consultés en amont de la formulation de la mission.

Enfin, une part croissante d'entreprises sollicitent les parties prenantes externes pour « challenger » leur mission, avec une proportion passant de 40 % à 44 % en un an.

La société à mission, une vision étendue de l'objet social de l'entreprise

Les missions (raison d'être et objectifs statutaires) définies par les entreprises adressent des enjeux économiques, sociaux et environnementaux qui leur sont singuliers.

La mission devenant une boussole et le guide pour les orientations stratégiques de l'entreprise, l'activité économique est alors un support pour décliner des finalités autres que le seul profit. L'objet social est ainsi étendu.

- « Faire du commerce un accélérateur de la transition environnementale. » (Frey);
- « Notre activité économique promeut le transfert de compétence et l'accompagnement dédié de nos clients pour la réalisation effective des objectifs d'adaptation à l'environnement économique, social et écologique. » (Canovia);
- « ...Nous recherchons toujours à concilier performance sociétale et financière en plaçant notre expertise du développement durable au cœur de toutes nos stratégies d'investissement... » (Mirova).

Les enjeux sociaux plus adressés que les enjeux environnementaux dans les missions



92% des sociétés spécifient des enjeux sociaux dans leur mission

Les objectifs sociaux sont mentionnés par la quasi-totalité des entreprises (92 %), qui adressent particulièrement les enjeux sociaux internes et le bien-être des collaborateurs :

- « Faire évoluer le modèle de développement de l'entreprise afin qu'il ait comme finalité l'amélioration des conditions d'existence des êtres humains. » (norsys);
- « Développer avec nos équipes les conditions pour entretenir une dynamique collective et favoriser l'inclusion professionnelle. » (Vivalto Santé);
- « Agir ensemble pour le développement et le bien-être de tous les collaborateurs ainsi que pour la diversité et l'inclusion » (Chiesi).



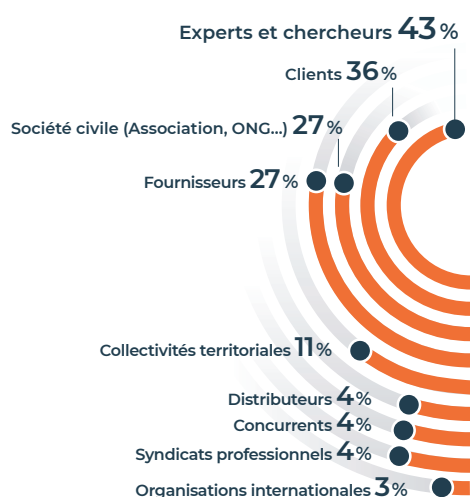
68% des sociétés spécifient des enjeux environnementaux dans leur mission

68 % des sociétés à mission se sont dotées d'objectifs statutaires environnementaux, souvent macro, qui renvoient de façon générale à l'environnement et la planète. Seule une partie des sociétés à mission prend des engagements environnementaux plus spécifiques, tels les enjeux carbone (22 %), la gestion des ressources naturelles (13 %), le développement de l'économie circulaire (13 %), ou la protection de la biodiversité (12 %). Il s'agit souvent d'entreprises ayant des activités liées à l'environnement :

- « Réduire l'impact environnemental des produits des clients de la Société, en ancrant l'économie circulaire et l'éco-conception dans leurs pratiques et leurs stratégies » (CITEO);
- « Mesurer et limiter l'impact de nos activités sur le climat par les actions suivantes : développement du sourcing et des filières bio locales, construction d'unités de production en France, optimisation de nos consommations énergétiques, optimisation des modes de transport et des flux. » (Léa Nature).

Les parties prenantes externes, largement sollicitées dans les comités de mission

MEMBRES EXTERNES DU COMITÉ DE MISSION (PLUSIEURS RÉPONSES SONT POSSIBLES)



Nouvel organe de gouvernance au service de la mission, le comité de mission évalue l'efficacité des actions menées par l'entreprise pour atteindre ses objectifs.

Composé d'acteurs internes à l'entreprise (a minima un salarié selon la loi) et d'acteurs externes, il peut aussi interroger la pertinence des stratégies choisies pour répondre à la mission. Le comité de mission, afin de rédiger son rapport annuel de mission, est autorisé par la loi à demander toute information complémentaire à l'entreprise.

Les parties prenantes externes sont souvent mentionnées dans la formulation de la mission, bien qu'en termes génériques.

Les sociétés à mission leur donnent aussi une place importante en les invitant à siéger dans leur comité de mission ; 81 % d'entre elles ont ouvert ce nouvel organe de gouvernance à des personnes externes à l'entreprise, ou comptent le faire lors de sa constitution.

Sont souvent représentés au sein des comités de mission, les experts et chercheurs (43 %), les clients (36 %), des membres de la société civile (27 %) ou des fournisseurs (27 %).

73 % des entreprises de moins de 50 salariés ont opté volontairement pour la mise en place d'un comité de mission.

Rappelons que dans les entreprises de moins de 50 salariés, la loi prévoit un mode de gouvernance allégé, avec le recours à un référent de mission, salarié de l'entreprise. Le comité de mission, mis en place par la loi PACTE, s'avère donc largement plébiscité par l'ensemble des entreprises.

À propos de la Communauté des Entreprises à Mission

La Communauté des Entreprises à Mission est une association de loi 1901 créée le 20 décembre 2018 et née de la conviction que les entreprises ont un rôle essentiel à jouer dans la résolution des défis sociaux et environnementaux du XXI^e siècle.

Ce collectif d'entrepreneurs, de dirigeants, de chercheurs, d'experts, d'actionnaires et de salariés, sont tous convaincus que l'Entreprise à Mission constitue une innovation qui apporte à l'entreprise des capacités essentielles à sa performance et à sa résilience.

L'association fédère des entreprises de toutes tailles, sociétés à mission ou en chemin vers l'adoption de cette qualité, mais aussi des personnes physiques qui souhaitent s'engager pour transformer le capitalisme et repenser la place de l'entreprise au sein de la Société.

À propos de L'Observatoire des Sociétés à Mission

L'Observatoire des Sociétés à Mission a pour vocation d'être la référence des entreprises inscrivant leur mission dans leurs statuts.

Il recense les sociétés, partage leurs démarches pour en inspirer d'autres et nourrit la recherche académique par des cas pratiques. Il a également pour ambition d'aider les pouvoirs publics dans le suivi de la dynamique d'adoption de la loi Pacte.

Il comprend le Baromètre des Sociétés à Mission réalisé avec Mines ParisTech, ainsi qu'un site web dédié (accessible via le site web de la Communauté des Entreprises à Mission) dévoilant les informations clés de toutes les sociétés à mission.

L'Observatoire contribue de façon majeure à la mission de la Communauté et à son objectif d'intérêt général.



Conception et réalisation
Arthur Monier

Le baromètre des sociétés à mission est
édité par la **Communauté des Entreprises
à Mission**, 32 rue Faubourg-Poissonnière,
75010 Paris et **Mines ParisTech**.

Contact

observatoire@entreprisesamission.org
www.entreprisamission.org