



LE MOT DE LA SEMAINE

Société à mission



www.lexisnexis.fr

337

Purpose washing ou engagement sincère ?



© THIERRY FOULON

Hervé Castelneau, avocat associé
Latournerie Wolfrom Avocats
(LWA), partenaire du Club des
juristes

La loi « Pacte » du 22 mai 2019 a introduit en droit français la notion de société à mission. Elle constitue le troisième niveau de la « fusée » conçue par les rédacteurs de la loi, après l'impératif de prise en compte des enjeux sociaux et environnementaux dans la gestion de la société et l'adoption, facultative, d'une raison d'être. Au-delà de la recherche de profit, la société à mission manifeste une volonté d'impact social ou sociétal.

Les implications du statut. - La société à mission n'est pas une nouvelle forme sociale mais un simple statut que peut adopter toute société commerciale « inscrites dans une économie « patiente », prêtes à renoncer à des profits de court terme pour viser une création de valeur durable » (Rapp. Notat-Sénart). L'obtention de ce statut est soumise à 4 conditions : l'adoption d'une « raison d'être » intégrée dans les statuts, la définition d'objectifs sociaux et environnementaux que la société se donne pour « mission » de poursuivre, et la mise en place de contrôles interne (par un comité de mission) et externe (par un organisme tiers indépendant [OTI]), s'assurant de l'exécution de la mission et du respect des engagements pris par la société. La société déclare sa qualité de société à mission au greffe du tribunal de commerce et c'est l'OTI qui contrôle *a posteriori* la satisfaction des conditions relatives à l'adoption du statut.

Société à mission et rentabilité financière. - La proposition du statut de société à mission témoigne de l'évolution de l'objectif social des sociétés et de leurs dirigeants. Non pour éliminer le profit, mais pour tenter de cesser d'en faire l'unique finalité de l'entreprise. Il n'y a en effet aucune incompatibilité entre ce statut et une rentabilité financière. Au contraire, ce statut marque l'absolue nécessité de les concilier. L'enjeu est de consacrer le rôle ou l'utilité sociale de l'entreprise, à travers la « mission » qu'elle entend poursuivre dans le cadre de son activité via la réalisation des objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est fixés. Or, dès lors que cette utilité sociale est établie, loin des *bullshit jobs* de la société de consommation triomphante, il

est impératif que la société dure, qu'elle soit pérenne. Et, pour durer, elle se doit d'être rentable, de réaliser des profits car, à défaut, c'est le dépôt de bilan et la disparition de l'utilité sociale qu'elle représentait. Le profit n'est donc pas condamné, bien au contraire, il est une exigence absolue de la société à mission. Le but est simplement inversé : l'objectif ultime est l'utilité sociale de l'entreprise, le profit n'étant plus qu'un moyen – indispensable – de pérenniser l'apport sociétal de l'entreprise.

L'efficacité du statut. - Loin du pur affichage cosmétique, la société à mission se caractérise par un degré supplémentaire d'engagement par rapport à la simple adoption d'une « raison d'être » qui se traduit par la définition d'objectifs identifiables, l'institution du comité de mission, distinct des organes sociaux, et par l'obligation de désigner un OTI. Les engagements de la société à mission correspondent ainsi à une réalité contrôlable, par conséquent engageante. Le risque de « *purpose washing* » est réel, mais il l'est probablement plus pour l'entreprise insincère que pour l'objectif poursuivi par les rédacteurs de la loi Pacte. À défaut d'actions concrètes et identifiables en vue de la réalisation des objectifs qu'elle s'est assignés, l'entreprise s'expose à une triple sanction. Une perte de crédibilité interne : le Comité de mission, qui intègre un représentant des salariés, peut en effet mettre en évidence cette carence au sein de l'entreprise ou lors de la présentation de son rapport annuel. Une perte de crédibilité externe, majeure, si l'organisme tiers, dans son avis également joint au rapport annuel et publié sur le site internet de la société, dénonçait une absence d'engagement aboutissant au retrait du statut. Enfin, un risque réel de responsabilité juridique, fréquemment sous-estimé : il est plus que probable que les actions se multiplient à l'encontre des sociétés et de leurs dirigeants qui auraient adopté, de mauvaise foi ou pour de pures raisons d'image, le statut de société à mission. Aidés par les travaux de contrôle interne et externe du Comité de mission et des OTI, ces actions pourront être le fait d'ONG, de concurrents dénonçant des pratiques commerciales trompeuses ou d'autres parties prenantes telles que les salariés voire les clients de l'entreprise. Dans ces conditions, si le statut de société à mission ne garantit pas l'exécution des engagements RSE, il implique de la part des entreprises qui l'adoptent, comme Orpée se propose de le faire à la suite du scandale médiatique en cours, un engagement sincère et concret. À défaut, elles s'exposent à être, d'un point de vue réputationnel et juridique, très lourdement sanctionnées. ■