



RSE : le dividende sociétal ne doit pas être le cache-sexe des externalités

« Internaliser les externalités sociales et environnementale, tout en gardant une bonne santé financière (donc des bénéfiques) : là est le véritable défi des entreprises responsables aujourd'hui », juge Alexandre Lourié. Les faits - Les dirigeants doivent s'imposer une comptabilité sociale et environnementale aussi sérieuse que leur comptabilité financière. La question du partage de la valeur est sur toutes les lèvres. Elisabeth Borne a annoncé à ce stade vouloir transcrire dans la loi l'accord conclu entre partenaires sociaux sur le sujet. Il ne s'agit pas de dividende salarié stricto sensu, mais d'une obligation pour les employeurs de plus de 11 salariés de mettre en place un dispositif de participation, d'intéressement ou encore de prime. Cela fait suite aux annonces de mise en place de « dividende sociétal » par le Crédit Mutuel et de « dividende écologique » par la MAIF – dispositifs vertueux mis en avant lors du Sommet de la Mesure d'Impact de février . En pratique, ces entreprises s'engagent à redistribuer une partie de leurs bénéfiques à des actions d'intérêt général. C'est ce qu'a fait le fondateur de Patagonia l'an dernier en cédant le capital de la société à une fondation actionnaire□; ce qu'avaient fait Rolex, Ikea, Playmobil, Velux ou encore Bosch avant lui.

Dans cette optique, partager la valeur revient à partager le bénéfice net. En comptabilité, l'équation débute avec le profit. Il doit toujours être maximisé afin d'être redistribué aux actionnaires, qui comptent ici les salariés et fondations philanthropiques. Voilà un paradoxe : maximiser le profit serait le meilleur moyen d'améliorer son impact social et écologique□? Mais alors, peut-on polluer sans complexe si l'on redistribue des dividendes aux salariés□? Faut-il presser les salaires pour augmenter les bénéfiques versés aux bonnes œuvres□?

Des choix lourds d'impacts

Partager les profits est louable mais n'engage pas forcément de changement interne. Or les entreprises ont le pouvoir et le devoir d'apporter une réponse systémique aux urgences sociale et climatique. « Revenus – Charges = Profit ». Ce que l'on fait des dividendes ne doit pas occulter l'autre côté de l'équation comptable. Avant même de songer à redistribuer ses bénéfiques, l'entreprise fait un grand nombre de choix qui paramètrent son impact social et environnemental auprès de ses clients, de ses fournisseurs, de ses salariés et, bien sûr, de la planète.

Du côté des revenus, en fixant leurs prix, les entreprises ont le pouvoir d'inclure ou d'exclure des clients. C'est souvent un choix « business », comme lorsque l'opérateur télécom Free lance des forfaits à 2€, qui accélèrent sa croissance tout en démocratisant l'accès au téléphone. C'est parfois un choix de solidarité, comme lorsque le Groupe SOS met en place un « surloyer solidaire » en EHPAD, soit des tarifs progressifs adaptés aux revenus des résidents, permettant ainsi aux seniors les plus pauvres d'accéder à la même qualité d'accueil et de soin.



Du côté des charges, chaque entreprise devrait internaliser ses externalités négatives sur le vivant. C'est parfois obligatoire : il existe des taxes de pollueur-payeur, par exemple pour les producteurs de vêtements ou de produits emballés, visant à leur faire supporter le coût du recyclage futur. Mais le plus souvent, c'est au bon vouloir des dirigeants. Il est obligatoire de faire son bilan carbone, pas de séquestrer ses émissions de CO2 comme Orange le fait en finançant un projet de restauration de mangroves de plusieurs millions d'euros mis en œuvre par l'ONG Planète Urgence.

Des stratégies complémentaires

En fin de compte, toutes ces stratégies ne s'excluent pas : Patagonia a adopté le dividende écologique tout en améliorant la durabilité de ses produits, dont la production coûte plus cher ☐; MAIF et Crédit Mutuel versent des dividendes responsables, en plus d'avoir une gouvernance mutualiste démocratique ☐; les EHPADs non lucratifs qui réduisent le prix d'accueil pour les plus démunis réinvestissent aussi 100 ☐% de leurs profits.

Chaque entreprise a un impact sur les individus et sur la planète ☐; l'objectif est qu'il soit « net-positif ». Internaliser les externalités sociales et environnementale, tout en gardant une bonne santé financière (donc des bénéfices) : là est le véritable défi des entreprises responsables aujourd'hui. Le prérequis est de disposer d'une boussole. Pour ne pas naviguer à vue, les dirigeants doivent s'imposer une comptabilité sociale et environnementale aussi sérieuse que leur comptabilité financière, en réalisant une mesure de leur impact à 360°, dans le temps long.

Retrouvez Alexandre Lourié le 30 mars 2023 à la Conférence de l'Opinion sur les Entreprises responsables

