

Devenir une entreprise à mission

Le 7 mars dernier, le PEXE et la DRIEAT IDF ont animé un webinaire sur les entreprises à mission à destination des éco-entreprises franciliennes. Retour sur le process de la mise en place de ce statut.

La **société à mission** est un statut juridique volontaire inscrit dans les statuts de l'entreprise. Il engage l'entreprise à poursuivre des objectifs sociaux et environnementaux, à travers une « raison d'être » définie, des objectifs mesurables, un suivi rigoureux et une gouvernance dédiée (comité de mission ou référent). Ce modèle coexiste avec la **CSRD**, cadre réglementaire européen, plus standardisé, qui impose un reporting de durabilité.

Pourquoi devenir une entreprise à mission ?

“La décision d'adopter la qualité de Société à Mission émane avant tout de la volonté d'orienter l'activité de son entreprise vers la poursuite d'objectifs sociaux ou environnementaux tout en soutenant sa performance” (Communauté des Entreprises à mission).

Un cadre qui laisse de la liberté	Les bénéfices constatés
<p>Le modèle laisse une grande liberté aux entreprises :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formulation de la raison d'être et des objectifs statutaires • Niveau d'ambition et temporalité • Transformation du modèle économique • Composition du comité de mission • Choix de l'OTI <p>Ce cadre encourage l'innovation, l'expérimentation et l'engagement progressif, dans un esprit d'ouverture, de transparence, et de recherche d'impact.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alignement stratégique : la mission devient une boussole pour les décisions. • Attractivité renforcée : talents, financeurs et clients sensibles aux engagements concrets. • Engagement des collaborateurs : plus de sens au travail. • Différenciation et innovation sur le marché. • Anticipation des risques sociaux et environnementaux.

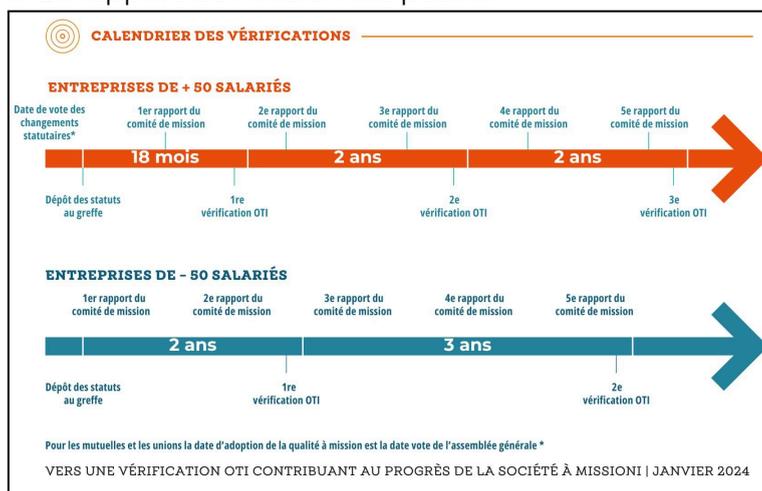
Comment devenir une entreprise à mission ?

État d'esprit à adopter

Selon Blanche Segrestin (MINES ParisTech), une mission n'est pas qu'un affichage. Elle exprime *à la fois une identité et une transformation*. Elle doit répondre à une problématique concrète, en lien avec les enjeux sociétaux et environnementaux.

Les trois moments-clés du passage à société à mission

1. **Définition de la mission** : processus collectif impliquant les parties prenantes internes et parfois externes. C'est ici que l'entreprise construit son identité singulière.
2. **Vote en Assemblée Générale** : acte symbolique fort qui ancre juridiquement la mission dans les statuts. Changement de focale stratégique.
3. **Audit par un Organisme Tiers Indépendant (OTI)** : garantit que la mission est bien définie, crédible et suivie. Le rapport de mission est public.



Rôle de la Communauté des Entreprises à Mission

Association de référence en France, la Communauté :



- Regroupe et accompagne les entreprises engagées dans ce modèle.
- Partage les bonnes pratiques et soutient l'expérimentation.
- Porte un plaidoyer en France et en Europe pour valoriser le modèle.
- S'est elle-même dotée d'une mission et d'un comité de mission.

Les retours d'expérience des sociétés

- **GObi** conçoit et fabrique en France des gourdes, lunchboxes et objets réutilisables personnalisables, alliant écoconception, design et impact social.
EXP : 1 an de travail sur la formulation de mission, ateliers internes, audits. Bénéfices notables en termes d'alignement et d'identité.
- **TANY** propose une alternative à la production de biodéchets en les transformant localement en ressources utiles, grâce à un procédé adapté à l'économie circulaire et territoriale.
EXP : Démarche intégrée dès la création. Mise en valeur de l'engagement, facilite les partenariats et le recrutement. Difficultés sur la définition d'objectifs SMART.

Q : Une entreprise à mission attire parfois des talents en quête de sens. Que dire à ceux qui seraient déçus par les RH ou d'autres aspects internes ?

Cela dépend du *modèle de mission* défini : si les objectifs sont vagues ou peu ambitieux, la déception est probable. L'engagement doit être *diffusé par un management solide*, avec des *résultats concrets* (chiffres, actions, indicateurs) partagés pour que chaque salarié se sente *vraiment acteur de la mission*.

Q : Comment être reconnu officiellement comme entreprise à mission (et figurer dans l'annuaire) ?

L'inscription à l'*Observatoire des Sociétés à Mission* nécessite un *audit indépendant* qui confirme que l'entreprise respecte bien les *exigences légales* liées au statut.

Q : Une entreprise doit-elle être labellisée RSE avant de devenir société à mission ?

Non. Aucune *labellisation RSE* n'est nécessaire. Cela dit, *devenir entreprise à mission* impacte la *stratégie globale* : ce n'est pas un supplément, c'est une *transformation profonde*.

Q : Y a-t-il des exemples d'entreprises ayant renoncé à certaines pratiques pour rester alignées avec leur mission ?

Oui. *EasyCash* a *arrêté la vente de produits neufs en caisse*, car cela n'était *pas cohérent* avec sa *mission centrée sur le recyclage et la seconde main*.

Regardez le replay du webinar ici !



Ressources utiles :

- Site de la CEM : <https://www.entreprisesamission.org/groupes-de-travail/>
- Lien vers le replay du webinar : <https://www.youtube.com/watch?v=CvEdCe8hzxo>