

Empreinte sociale

LES « RESPONSABILITÉS ÉLARGIES » DE L'ENTREPRISE

Christian Nibourel, président d'Accenture France et auteur du livre *Écoutons le monde de demain*⁽¹⁾ invite, dans cet interview, à réinventer le rôle des chefs d'entreprises pour en faire des acteurs-clés du changement.

Anne Macey : *Quelles pistes proposez-vous pour que les chefs d'entreprise assument des « responsabilités élargies » et contribuent à l'élaboration d'un projet collectif de long terme pour la société ?*

Christian Nibourel : C'est avant tout une question d'état d'esprit et d'écoute du monde extérieur. Le chef d'entreprise doit désormais se préoccuper autant du devenir de « sa » société que de « la » société en général car l'entreprise a un vrai

travail aux côtés de l'empreinte économique et de l'empreinte environnementale. À l'instar de l'empreinte carbone, l'empreinte sociale c'est la prise de conscience de l'impact général de l'entreprise sur le plan de l'emploi, de l'employabilité de ses collaborateurs, de la diversité, du comportement citoyen tant à l'échelle locale qu'internationale. L'entreprise peut être en outre un acteur majeur du changement, un excellent laboratoire d'innovation

et le privé, entre la société civile et le politique. Il faut décloisonner la société car on n'arrivera à rien si nous ne mettons pas un terme aux trop nombreux clivages existants, si les uns et les autres continuent à adopter des postures, à se regarder en « chiens de faïence » ou à se défiler sur l'autre de ses propres responsabilités. La France a besoin que toutes les composantes de la société s'entendent enfin sur un objectif commun même si chacun, patron, délégué syndical ou politique, doit savoir rester à sa place.

A. M. : *Vous évoquez un divorce entre patrons et politiques.*

Et pourtant, les entreprises prennent conscience de leur impact sur l'emploi, l'employabilité, la diversité, le comportement citoyen dans les territoires comme au plan global. Comment faire pour qu'elles soient mieux considérées dans la société française ?

C. N. : C'est vrai que, si l'on en croit les sondages, les entreprises n'ont pas toujours une bonne image dans l'opinion. Certains de leurs dirigeants en sont responsables car, par le passé, des excès ont pu être commis par une minorité de dirigeants peu scrupuleux ou obsédés par la maximisation du profit à court terme. Sous l'effet de loupe des médias et attisés parfois



par les politiques, ces actes individuels ont eu, dans un contexte de crise économique, un effet extrêmement négatif sur l'image et la perception du rôle du chef d'entreprise. Une grave crise de confiance avec le public en a résulté. Mais, depuis quatre ou cinq ans, ces abus, ces erreurs commises par quelques-uns ont heureusement pratiquement disparu.

Aujourd'hui, on ne peut plus tricher quand on pilote une entreprise et le marketing d'intention n'a plus cours. Il faut montrer avec sincérité et transparence le rythme où l'on avance en fonction de ses objectifs. D'une façon générale, il appartient aux chefs d'entreprise de prouver par un comportement personnel exemplaire, et par toutes

les décisions qu'ils prennent au quotidien, qu'ils sont des hommes de conviction, porteurs de vraies valeurs.

*Propos recueillis par
Anne Macey,
secrétaire générale,
Confrontations Europe*



¹⁾ Éditions Express Roularta, novembre 2013

« Le chef d'entreprise se doit d'être un « pont » entre le public et le privé, entre la société civile et le politique »

rôle à jouer au service de la collectivité. Il se doit d'apprécier la performance sociale et sociétale comme l'une des conditions indispensables de la performance économique à long terme et d'agir en conséquence. Le temps d'une performance qui serait exclusivement financière, virtuelle, court-termiste et individualiste est révolu. Il s'agit de créer de la valeur mais aussi de miser sur des valeurs.

Assumer des « responsabilités élargies » cela veut dire, pour le dirigeant, avoir une vue élargie sur la société en général et sur l'écosystème de son entreprise, sur les intérêts et la qualité de vie de toutes ses parties prenantes. C'est en ce sens que je parle de la nécessité d'une empreinte sociale pour l'en-

treprise sociale, un chantier d'expérimentation en testant des solutions qui répondent le mieux possible aux nouveaux défis d'une société en mutation. Des solutions en matière de télétravail, mais aussi de diversité de genre c'est-à-dire qui garantissent la parité hommes-femmes ou encore de diversité culturelle ou de convictions religieuses. Le manager peut mettre ainsi sa capacité d'anticipation, d'innovation, de pragmatisme au service de tous, du devenir collectif. Mais cette démarche et ces avancées ne peuvent se concevoir qu'en impliquant ses collaborateurs et en concertation avec les politiques, les acteurs sociaux, les organisations professionnelles... Le chef d'entreprise se doit d'être un « pont » entre le public