



COMMUNIQUE DE PRESSE – SEPTEMBRE 2022

MBD OPEN MARKETING accompagne les PME à devenir société à mission, et à le rester !

L'agence MBD OPEN MARKETING, via sa branche spécialisée en marketing durable, MBD OPEN IMPACT, conçoit une méthodologie innovante, alliant marketing et RSE, pour aider les PME à se doter d'une raison d'être et d'objectifs sociétaux pertinents et pérennes qui enrichissent leur mission économique.

Une société à mission qu'est-ce que c'est ?

C'est une entreprise qui a fait le choix d'aller au-delà de sa simple mission économique pour placer son engagement au cœur de sa stratégie.

Concrètement c'est une entreprise qui a décidé d'inscrire dans ses statuts une raison d'être, aux côtés d'objectifs sociaux, sociétaux ou environnementaux, qui font l'objet de contrôles réguliers par un organisme tiers indépendant. Si les objectifs ne sont pas atteints, l'entreprise perd sa qualité de société à mission, subissant un important déficit d'image.

C'est une entreprise qui a décidé de se contraindre en matière de développement durable, un sujet pour lequel la plupart des entreprises ne sont pas encore soumises à des obligations légales.

« Les PME ont un immense rôle à jouer en matière d'impact ».

Elles sont encore peu nombreuses à avoir franchi le cap mais c'est pourtant elles, les PME, qui portent la dynamique de ce statut créé par la loi Pacte de 2019.

« Elles représentent, en nombre, la plus grosse part du tissu économique de notre pays, elles ne souffrent pas de la même défiance que les grandes entreprises et elles sont beaucoup moins contraintes en matière de développement durable que les grandes entreprises.

Cela leur laisse l'opportunité de construire leur engagement de façon singulière et originale, selon une double logique de contribution positive à la société et de performance.

En cela, elles sont le vecteur idéal pour exprimer une troisième voie possible et équilibrée entre croissance et décroissance. Elles peuvent permettre de reconstruire la confiance entre les entreprises et la société civile en montrant que performance et engagement peuvent aller de pair, et que les entreprises sont des partenaires du changement prêts à s'engager en faveur de nouveaux modes de production et de consommation plus respectueux de chacun, et de notre écosystème commun.

C'est précisément ce qui nous motive à les accompagner. »

Le projet de société à mission, pour être un succès, doit s'inscrire dans cette double logique d'engagement et de performance.

C'est un statut intéressant au sein duquel enjeux économiques et sociétaux cohabitent pour mieux s'alimenter. C'est une nouveauté qu'il faut encourager. Jusqu'à présent, les formes juridiques possibles créaient systématiquement une séparation entre finalité économique et finalité sociale. Cette séparation s'exprime, par exemple, dans les statuts proposés par l'économie sociale et solidaire, par des limites imposées à la lucrativité des organisations. Nous sommes convaincus qu'une cohabitation des deux objectifs est possible et même souhaitable.

Quelle est la singularité de notre méthodologie ?

Nous avons conçu l'intégralité de nos accompagnements selon cette logique. Les choix d'engagement, pour être efficaces, doivent être pensés en lien avec toutes les dimensions de l'entreprise et de son environnement : la nature de son métier et de ses savoir-faire, les attentes et perceptions de ses parties prenantes, les spécificités de son territoire, son histoire, la sensibilité et les convictions de son dirigeant, sa culture d'entreprise, les freins et motivations de ses équipes, afin de faire émerger des actions innovantes, originales et impactantes.

C'est la fonction marketing/communication qui, dans l'entreprise, dispose de la plus grande connaissance de ce qui fait l'identité de l'entreprise et de son environnement extérieur et qui a la main sur les relations avec les parties prenantes. Elle est donc légitime à guider l'expertise RSE, les choix en matière d'engagement.

Le projet de société à mission n'échappe pas à ce constat. Il va permettre de dégager les chantiers d'impact positif clés qui seront au cœur de la raison d'être de l'entreprise. Il faut donc les choisir efficacement de sorte à ce qu'ils nourrissent à la fois l'impact et la performance et à enclencher des cercles vertueux qui inciteront les entreprises à s'engager davantage.

La raison d'être n'est pas un simple slogan. C'est un cap stratégique à part entière qui devra faire l'objet d'une appropriation par l'ensemble de l'entreprise et qui devra se traduire concrètement à tous les niveaux de l'organisation.

Quant aux objectifs, ils doivent faire l'objet d'une réflexion très sérieuse. Il ne s'agit pas, au départ, de se mettre en difficulté en formulant des objectifs trop précis qui pourraient ne pas être tenus en cas d'aléas. Il ne s'agit pas non plus de formuler des objectifs trop flous. L'enjeu réside dans une formulation d'objectifs suffisamment précis pour être crédibles, sans être trop risqués pour l'entreprise.

Nous aidons les entreprises à définir ces deux éléments clés au cœur de la société à mission par des méthodes collaboratives, l'expertise RSE et des outils et techniques marketing qui garantissent l'ancrage de l'ensemble des objectifs, économiques et sociétaux, dans une réalité terrain et au cœur du fonctionnement de l'entreprise, pour une mission réussie.

Ce n'est que par des chemins équilibrés que nous pourrons aboutir à des solutions constructives et des changements progressifs, mais pérennes, des mentalités .



[A propos de MBD Open Marketing](#)

Lancement de l'activité : 2011 - SAS : 2013

Dirigeante Fondatrice : Valérie Higuero

MBD Open Impact + est une des spécialités développées par l'agence MBD Open Marketing

MBD Open Marketing est une agence de marketing responsable avec une offre de service marketing externalisé collaboratif.

Nos Compétences : Études Marketing – Stratégie et Innovation – Marketing Digital et Opérationnel – Web Agency.

Notre Objectif : contribuer à la réussite durable des entreprises que nous accompagnons

[Passez à l'OPEN MARKETING ! Passez au Marketing Responsable !](#)

Contact presse : Laurène Barbaroux 06.14.96.73.23

lbarbaroux@mbd-openmarketing.com