



PEUT-ON CARACTÉRISER LES ENTREPRISES INTERNATIONALES EN FONCTION DE LEUR « RAPPORT AU MONDE » ?

Par Patrick D'Humières, directeur de l'Académie durable internationale

Tout acteur économique a un rapport à la planète, en tant qu'entité environnementale (biosphère), sociale (état des sociétés) et politique (approche de gouvernance collective) qui le caractérise, au-delà des activités qu'il propose. Pour les entreprises, c'est la façon dont elles exercent cette activité qui la définit, car toute activité a ses impacts spécifiques et ses externalités positives comme négatives (pollutions, emplois, santé...)

Ce rapport peut se mesurer suivant deux axes structurants :

- Une relation régulatrice ou dérégulatrice, faiseuse de règles et de pratiques, acteur non-étatique au côté des États (ou en concurrence avec eux), qu'elle promeut et respecte selon son mode de gouvernance (management et redistribution des profits, répartition des activités, charte éthique et démarche de compliance). Son autonomie statutaire (multinationale cotée versus entreprise publique) détermine sa vision de « politique globale » ;
- Une relation purement financière ou de contribution durable à la Société, qui influence sa répartition de la valeur choisie. C'est sa vision « d'utilité sociétale » et plus ou moins redistributrice au profit des parties prenantes.

Sur ces deux axes, on peut classer en quatre catégories le comportement des entreprises dans leur rapport aux autres acteurs économiques, politiques, de marché ou sociétaux :

- les entreprises « cow-boy », ce sont les acteurs d'inspiration néo-libérale qui visent d'abord leur optimisation financière (cf. Uber, Facebook, pétroliers, Tech...)

- les entreprises libérales collaboratives qui recherchent leur intérêt propre, mais qui s'attachent à créer des liens d'inclusion (cf. pharmacie, distribution, acier...)
- les entreprises d'utilité sociale à forte logique financière, qui équilibrent leurs intérêts propres et ceux de leurs partenaires publics, suivant les législations (banques publiques/coopératives, énergéticiens...)
- les entreprises « durables » qui font de la durabilité du contexte systémique leur objectif à égalité avec leur intérêt économique, en adoptant les ODD et en favorisant leur application

Cette classification entraîne de nombreuses conséquences qui posent autant de questions complexes aux acteurs et aux régulateurs, et déterminent la qualité de leur réponse propre :

- Est-ce que ces acteurs ont un haut degré de transparence qui permet de juger de la réalité de leur démarche, telle qu'elles l'ont adopté ?
- Est-ce que ces acteurs ont un degré élevé d'intégrité dans leur rapport aux régulations et notamment sur les questions de fiscalité, de corruption, d'éthique et de lobbying, etc.
- Est-ce que ces acteurs ont un degré élevé de conscience et d'expertise politiques qui leur permet de comprendre leurs interlocuteurs sociétaux et d'adapter leur réponse à leurs exigences ? En plus d'adapter leur offre à la Société et d'en anticiper les exigences futures, certaines entreprises peuvent choisir d'être pionnière dans une logique idéologique et bien entendu davantage économique à long terme.

Au final, il y aurait donc « parmi les puissances économiques » une influence géopolitique variable à étudier, selon leur position choisie ou subie au regard des enjeux collectifs, dépendant pour partie de leur gouvernance, de leurs activités et du cadre – législatif, réglementaire, social, environnemental - où elles exercent, de leur histoire évidemment ; on doit recouper ces facteurs comportementaux ou contextuels avec l'origine de ces

entreprises, pour en déduire que les entreprises américaines sont plus cow-boy et libérales que les entreprises européennes, plus collaboratives et durables, alors que les entreprises russes sont surtout cow-boy et que les entreprises chinoises sont plus couramment entre les deux, pour autant qu'on puisse le vérifier.

La façon dont l'entreprise, eu égard à ce qu'elle est et d'où elle vient, avec toutes les variantes évoquées, va donc s'intéresser à la résolution des enjeux collectifs, permet-il d'en déduire qu'il y a en matière géopolitique des « puissances économiques », prédatrices ou contributives à des degrés divers ?

Certaines réagiront de façon mercantile, uniquement en valorisant leur offre, d'autres de façon engagée, en ajoutant à leur offre une intervention sociétale dans un sens collectif... S'agissant de secteurs comme les mines, les télécommunications et les infrastructures (utilities), elles auront une influence politique sans commune mesure avec des secteurs moins structurants comme la grande consommation ou le transport. Encore que dans le cas de ces dernières, leur part de marché (cf. Nestlé, Carrefour...) et la notoriété de leur marque (Coca, Pepsi, L'Oréal...) ont une empreinte sociétale qui est loin d'être « neutre politiquement ». C'est notamment le cas parce que toutes ces firmes, porteuses de la culture et d'intérêts propres à certains pays, en jouent pour imposer plus ou moins leur modèle, dont les activités locales et traditionnelles font les frais (cf. néo-colonialisme).

Cette analyse vise à montrer qu'il y a bien une compétition de modèles politiques portée par les grandes entreprises. Cette compétition va interférer avec le jeu géopolitique des États et des autres acteurs (ONG...), pour le favoriser dans un sens régulé ou non, en soutien ou non des initiatives qui visent à organiser la création et la distribution des biens, les échanges et la gestion de la propriété, etc., selon des principes géopolitiques (démocraties contre non-démocraties ?).

L'entreprise ne peut pas dire qu'elle ignore ou qu'elle refuse cette compétition, car elle y contribue, sciemment ou passivement... Parfois, dans ses choix explicites (cf. Facebook vs régulation de l'éthique des data, Bayer vs la protection de la biodiversité, Total vs ses émissions de GES, Lafarge vs comportement en Syrie...) ou dans ses non-choix, se condamnant alors à suivre des comportements édictés par d'autres. Si les ONG ont fait largement l'agenda mondial depuis trente ans, c'est en partie en combattant l'influence des FMN (cf. Rana Plaza, Amoco Cadix...), mais ce n'est qu'une réponse partielle aux questions posées et les entreprises doivent à leur tour s'engager.

L'entreprise internationale est bien un acteur géopolitique, beaucoup plus important qu'il apparaît vraiment, parfois moins qu'on ne le dénonce aussi. En tout état de cause, si on pose que les enjeux collectifs vont dicter la géopolitique mondiale du XXI^e siècle, les FMN seront forcément entraînées à prendre position sur leur régulation et à s'adapter à cette sollicitation pour en rendre compte et adapter leur stratégie en conséquence, dans un sens favorable ou non au projet démocratique qui est celui des Européens, et d'autres nations désireuses de rebâtir un équilibre international, répondant aux aspirations universelles sur la planète. Ceci conduira les États, mais aussi la Société et les organisations internationales à réclamer à ces acteurs qui combinent la discrétion et l'influence, à s'inscrire dans un jeu mondial plus clair, plus contrôlé, plus solidaire. ■

OBSERVATOIRE BUSINESS & GÉOPOLITIQUE

PEUT-ON CARACTÉRISER LES ENTREPRISES INTERNATIONALES EN FONCTION DE LEUR « RAPPORT AU MONDE » ?

Par **Patrick D’Humières** / Directeur de l’Académie durable internationale

AVRIL 2020

Un observatoire du

PROGRAMME GÉOPOLITIQUE ET ENTREPRISES

Sous la direction de Sylvie MATELLY, directrice de recherche à l’IRIS (matelly@iris-france.org)

© IRIS

Tous droits réservés

INSTITUT DE RELATIONS INTERNATIONALES ET STRATÉGIQUES

2 bis rue Mercoeur

75011 PARIS / France

T. + 33 (0) 1 53 27 60 60

contact@iris-france.org

@InstitutIRIS

www.iris-france.org