Le Monde.fr

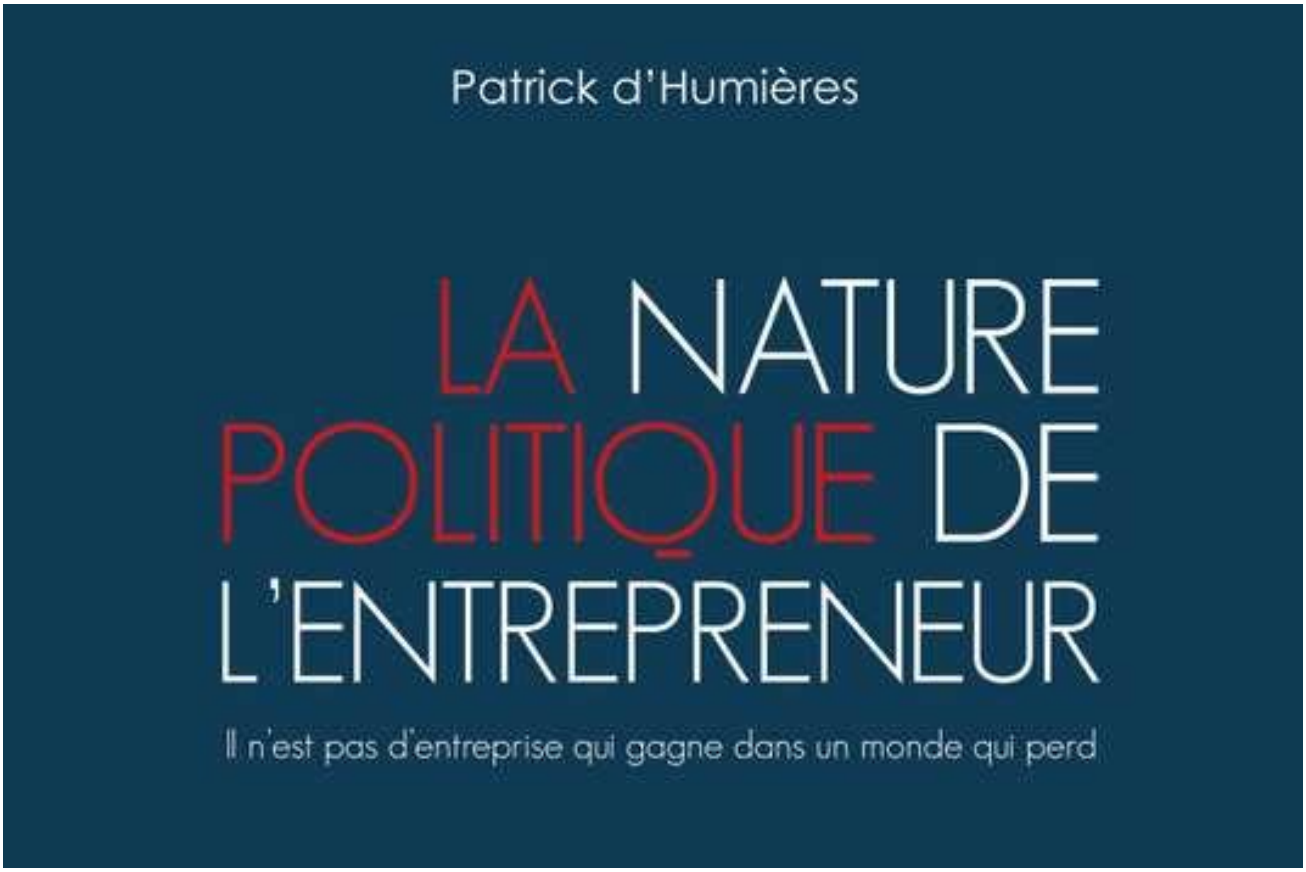
Date : 28/08/2017
Heure : 12:29:22
Journaliste : Margherita Nasi

www.lemonde.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Vers une géopolitique de l'entreprise

Le terrain de jeu de l'entrepreneur est remonté du niveau du marché à celui de la planète, et sa responsabilité économique au niveau politique.



Paris, 2015 : lors de la COP21, la décarbonisation est décidée par le concert des nations. Derrière ce réel et improbable succès diplomatique, combien de temps prendra l'adaptation des économies à un nouvel ordre énergétique qui était devenu inévitable ? *« On a fait de 2030 le rendez-vous de tous les dangers de la planète. D'ici là, les entrepreneurs portent une responsabilité qui va au-delà de leurs intérêts de base »* , affirme Patrick d'Humières, spécialiste du management de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) et du développement durable.

Le terrain de jeu de l'entrepreneur est remonté du niveau du marché à celui de la planète, et sa responsabilité économique au niveau politique. Faut-il participer à la construction des murs entre les pays, se retirer rapidement de toute zone de conflit, bannir les molécules dont on doute de l'impact sur la santé, garder la maîtrise des stockages de données ? Autant d'interrogations auxquelles les entrepreneurs sont mal préparés.

« Ces questions ne sont pas forcément nouvelles mais elles sont pressantes, et sont autant de dilemmes qui appellent au moins une réflexion sérieuse dans nos tours de verre, au mieux des décisions débattues

Tous droits réservés à l'éditeur

avec les fameuses parties prenantes » , explique Patrick d'Humières. Dans son ouvrage *La Nature politique de l'entrepreneur: Il n'y a pas d'entreprise qui gagne dans un monde qui perd* , il appelle les dirigeants économiques à endosser leur rôle politique, voire géopolitique.

Offrir une autre perspective

Aujourd'hui, *« on est entré dans le temps de la solidarité planétaire indissociable de l'entreprise et de la société, qui met l'entrepreneur dans la situation politique de devoir assumer des choix conséquents, allant au-delà de ses intérêts premiers »,* écrit le consultant. Un constat qui consacre, d'après lui, l'avènement d'une géopolitique de l'entreprise. *« Rares sont les dirigeants qui en ont conscience, qui le reconnaissent et qui en tirent les conséquences, biberonnés qu'ils sont aux courbes des Bourses. »*

Premières gagnantes d'une mondialisation qui s'est fortement financiarisée ces dernières décennies, considérées parfois plus puissantes que les Etats, les grandes entreprises internationales doivent penser la régulation mondiale et offrir une autre perspective, *« ou bien elles prennent le risque de laisser le national-économisme de* [Donald] *Trump faire le lit des avatars des nationalismes politiques qui prospèrent à rebours de l'universalisme des réseaux et des valeurs, vanté par les multinationales depuis deux décennies ».*

« La Nature politique de l'entrepreneur. Il n'est pas d'entreprise qui gagne dans un monde qui perd », de Patrick d'Humières. Editions Michel de Maule, 256 pages, 20 euros.

Tous droits réservés à l'éditeur