

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION OU LA DIRECTION D'UNE ENTREPRISE DOIVENT-ILS PRENDRE UNE POSITION PUBLIQUE SUR LES QUESTIONS SOCIALES ?



Il existe de plus en plus d'incertitudes quant à la question de savoir si le conseil d'administration ou l'équipe de direction d'une entreprise doit prendre position publiquement sur les questions sociales. Chez Millani, nous publions notre étude semestrielle sur le sentiment ESG des investisseurs institutionnels canadiens depuis 2020, notre huitième édition ayant été publiée le 12 février 2024. Cette dernière étude donne un aperçu de la réflexion des investisseurs sur cette question.

Un message clair ressort de l'étude, soulignant que les investisseurs sont préoccupés par les questions géopolitiques et sociales comme ils ne l'ont pas été depuis près d'une décennie. Par exemple, les questions liées à l'évolution des conflits en Ukraine et au Moyen-Orient, conjuguées aux élections imminentes en Europe et aux États-Unis, ont mis les investisseurs en alerte et anticipant la volatilité des marchés.

Compte tenu des réactions négatives sur les réseaux sociaux et dans les médias à l'encontre des entreprises ces dernières années, nous avons cherché à évaluer ce que les investisseurs pensent des entreprises qui prennent publiquement position sur des questions sociales. Nous avons donc posé la question suivante aux investisseurs : « Pensez-vous qu'il est approprié pour une entreprise (direction ou conseil d'administration) d'exprimer une position sur des questions sociales ? » La plupart des répondants ont convenu qu'il est approprié pour une entreprise de le faire si cela est en ligne avec l'objectif, à la mission et aux activités de l'entreprise.

S'aligner sur l'objectif de l'entreprise

Les entretiens avec les investisseurs ont mis en évidence le fait que l'alignement sur l'objet social de l'entreprise est un élément clé de la prise de position publique sur une question sociale. Nous avons posé la question suivante aux participants : « Pensez-vous que cette prise de position a un impact sur l'évaluation d'un émetteur ? » Les exemples des expériences de Starbucks, Bud Light (Anheuser-Busch) et The Walt Disney Company (« Disney ») au cours des dernières années ont été soulignés comme étant positifs à long terme, malgré la volatilité à court terme.

Dans le cas de Disney, l'entreprise s'est alignée sur l'image qu'elle s'est toujours forgée d'accueillir tous et chacun, elle s'est prononcée contre la loi sur les droits parentaux dans l'éducation (la loi dite « Don't Say Gay ») en Floride. Elle a agi de la sorte après que certains de ses employés se sont manifestés sur les réseaux sociaux parce qu'elle n'avait pas dénoncé publiquement le projet de loi qui, à l'époque, limitait les discussions sur l'orientation sexuelle et l'identité de genre de la maternelle à la troisième année dans les districts scolaires publics de Floride. Ce cas souligne l'importance de protéger la culture d'entreprise, l'image et la loyauté des employés à long terme en adoptant une position publique alignée sur une question sociale.

Procéder avec prudence

Ceci dit, nous avons également entendu que la prise de position publique peut être une proposition risquée, même lorsqu'elle est conforme à l'objectif de l'entreprise, comme nous l'avons vu dans le cas de Disney. Néanmoins, tel que mentionné par certains investisseurs, il est possible de soutenir des questions sociales même si elles ne correspondent pas

En bref : Le conseil d'administration ou la direction d'une entreprise doivent-ils prendre une position publique sur les questions sociales ?

Oui



Lorsqu'elle s'aligne sur l'objectif de l'entreprise, celle-ci a tout intérêt à prendre position sur une question sociale, car les résultats sont positifs à long terme, malgré la volatilité à court terme. Mais attention ! Prendre une position publique peut être risqué. Réfléchissez bien.



Lorsqu'elle n'est pas conforme à l'objectif ou à la culture de l'entreprise, il est possible de prendre position sur certaines questions sociales en participant à des événements ou en faisant des dons à des causes sociales qui tiennent à cœur à vos employés. Cependant, même avec cette approche, il y aura toujours quelqu'un qui sera laissé de côté.

Non



Il peut être risqué de se prononcer sur certains sujets sociaux. Les dirigeants peuvent se retrouver dans une situation précaire - voire avoir ses points de vue répudiés - si la question n'est pas bien gérée.



Lorsqu'il ne s'agit pas d'un objectif essentiel, les investisseurs suggèrent de ne pas prendre position sur les questions sociales, car cela peut créer des dissensions involontaires susceptibles d'éroder la valeur de l'entreprise.



En tant que membre de l'organisation, vous devez représenter la position de l'organisation, aussi difficile que cela puisse être.

à l'objectif ou à la culture de l'entreprise. Certains participants, par exemple, ont déclaré qu'ils ne prenaient pas publiquement position sur les questions sociales, mais qu'ils participaient à des événements ou faisaient des dons à des causes sociales importantes pour leurs employés :

« Notre propre entreprise a essayé d'inclure ses employés, en faisant des dons aux causes qui leur tiennent à cœur. Il y aura toujours quelqu'un d'exclu. Lorsque les entreprises font des déclarations, elles doivent prendre en compte les implications. Je dirais donc qu'il faut agir avec prudence. »

Le renversement de l'arrêt *Roe v. Wade* aux États-Unis, qui protégeait le droit des femmes à l'avortement, a été cité comme un autre exemple qui, selon les investisseurs, justifie une approche prudente. À ce sujet, de nombreux investisseurs ont indiqué qu'ils attendaient d'une entreprise qu'elle s'organise pour être en mesure de s'occuper de ses employés, mais pas nécessairement qu'elle prenne une position publique sur le sujet lui-même. À ce propos, un investisseur a déclaré : « Je pense que les entreprises aux États-Unis doivent s'organiser pour prendre soin de leurs employés. »

Je pense que les entreprises, dans le contexte américain, doivent se poser la question suivante : « Voulons-nous couvrir les droits reproductifs dans notre plan de santé ? » Selon moi, cette question devrait être débattue au niveau du conseil d'administration et une décision doit être prise - et il s'agit d'une décision commerciale. Il en va de même pour les traitements contre le VIH. Faut-il les inclure dans le plan ou non ? Si une entreprise déclare « Nous avons un excellent programme de diversité, d'équité et d'inclusion », mais qu'elle offre une couverture très restrictive dans le cadre des avantages sociaux, je serais sceptique quant à ses affirmations en matière d'inclusion, équité et diversité.

De nombreux investisseurs ont indiqué que certains sujets sociaux peuvent être trop risqués pour être abordés. Le débat très public sur les limites de la protection de la liberté d'expression dans des universités comme Harvard et le MIT montre à quel point le leadership peut rapidement se retrouver dans une situation précaire - voire avoir ses points de vue répudiés - si la question n'est pas bien gérée. L'exemple de la prise de position publique sur les conflits géopolitiques dans le monde peut aussi être risqué.

L'individu versus l'organisation

En plus de nous partager comment ils pensent que les conseils d'administration et les équipes de direction devraient se comporter, les participants à l'étude ont également donné leur avis sur leur propre profession. Pour les investisseurs professionnels qui travaillent pour une entreprise et dont les valeurs peuvent entrer en conflit sur une question sociale, la décision est simple. Les participants à l'étude ont convenu qu'en tant qu'individus, les gens peuvent avoir des points de vue différents de ceux de leur organisation, mais lorsqu'ils agissent en tant que membres d'une organisation, ils doivent représenter la position de l'organisation, aussi difficile que cela puisse être.

Marchés publics et marchés privés

Les investisseurs interrogés ont également mis en évidence le contraste entre les résultats attendus sur les marchés privés et les marchés publics lorsqu'une entreprise prend publiquement position sur une question sociale. Sur les marchés privés, les investisseurs s'attendent à des répercussions minimales. La nature isolée de ces marchés, à l'abri de questions de clients et de l'opinion publique, permet un environnement plus stable, moins susceptible d'être influencé par des facteurs externes tels que les médias sociaux et les nouvelles.

En revanche, la visibilité des marchés publics, associée à une couverture médiatique intense et au regard attentif des analystes et des investisseurs, signifie que les événements ou les annonces peuvent entraîner des changements rapides du sentiment du marché et de la volatilité. Les nouvelles positives ou négatives peuvent rapidement prendre de l'ampleur et influencer le cours des actions et le comportement des investisseurs à court terme.

Un dernier mot sur le silence

En concluant les entrevues de l'étude, un investisseur a invoqué Jean-Paul Sartre, en citant : « Chaque mot a des conséquences. Chaque silence aussi. » L'investisseur a souligné un point essentiel : le fait de demeurer silencieux sur des questions sociales peut avoir des conséquences involontaires et non désirées. Un autre investisseur a appuyé cette position en notant : « Il faut toujours revenir au principe directeur qui consiste à faire des profits de manière responsable, en particulier sur certaines questions sociales, comme les droits de l'homme ou l'esclavage dans les chaînes d'approvisionnement. » Le message était clair : le silence n'est pas simplement une absence de mots, mais une déclaration en soi, qui exige une réflexion approfondie.

À retenir

Les entreprises doivent-elles prendre publiquement position sur les questions sociales ? Selon les personnes interrogées, les organisations devraient le faire avec prudence, et de préférence lorsque cela correspond à la mission de l'entreprise. Si la question n'est pas en phase avec la mission de l'entreprise, les personnes interrogées suggèrent de participer à des événements et de faire des dons qui trouvent un écho auprès de leurs employés. Toutefois, les investisseurs ont indiqué qu'en matière de géopolitique, prendre une position publique peut également être un risque. Indépendamment de ce qu'une entreprise choisit de dire ou de faire, le conseil d'administration est ultimement responsable du maintien de l'intégrité et de la réputation de l'organisation, protégeant ainsi les intérêts des actionnaires.

À propos de Millani

Millani offre aux investisseurs et aux entreprises des services-conseils en investissement responsable et de développement durable, y compris en matière d'intégration ESG et d'impact.

Au cours des 15 dernières années, Millani est devenue le partenaire de choix des investisseurs institutionnels ainsi que les compagnies. Dans le cadre de ses services-conseils en intégration d'enjeux-clés ESG aux stratégies d'investissement et processus décisionnels, Millani contribue à réduire les risques, à augmenter les rendements et à créer de la valeur. Millani élabore également régulièrement des articles de leadership éclairé sur les tendances des investisseurs et en matière de divulgation. La firme tire parti de cette expertise et de cette expérience pour aider les sociétés, tant publiques que privées, à créer des stratégies, à interagir avec les intervenants et à améliorer leurs divulgations, afin de les supporter à accéder au capital et à optimiser leur valeur marchande.

Le succès de Millani repose sur une approche sur mesure, centrée sur le client, qui met l'accent sur les enjeux matériels, la mise en œuvre pratique et les conseils indépendants. Notre vaste expérience des marchés financiers et notre expertise inégalée en matière d'ESG et de son lien avec la création de valeur positionnent Millani à la jonction entre les investisseurs et les entreprises, ce qui fait de nous un acteur unique sur le marché canadien.

Pour plus d'informations, veuillez nous contacter à info@millani.ca ou visiter notre site web fr.millani.ca.