

Élections européennes : augmentez votre ROI en soutenant la démocratie

La démocratie s'affole. Et dans un monde où les entreprises sont de plus en plus influentes, leur rôle dans la société va bien au-delà de la simple création de valeur économique. Une tribune proposée par Chloé Pahud, fondatrice et CEO de Civocracy, Caroline Span, membre du board de A Voté, et Léonore de Roquefeuil, CEO de Voxe.org.

Temps de lecture : minute

14 mai 2024

50 % d'abstention en France pour les élections européennes.

76 % d'abstention chez la GenZ ([source ifop](#) avril 2024).

25 % de mal-inscrits.

Pourquoi, en tant qu'entreprises, ces chiffres nous concernent-ils ?

Les résultats de ces élections auront des conséquences majeures sur nos activités économiques. 20 % des lois françaises sont d'origine européenne, et dans certains secteurs, comme l'environnement ou l'agriculture, c'est quasiment une loi sur deux.

Les attentes de nos consommateurs, clients, et partenaires économiques sur nos engagements changent : ils souhaitent des leaders économiques qu'ils et elles continuent à conduire le progrès mais aussi qu'ils s'engagent sincèrement pour des causes à fort impact, comme la démocratie ([source Deloitte Global 2023](#)).

Nous, entreprises, ne sommes pas seulement des entités économiques, mais aussi des acteurs sociaux dotés d'un pouvoir d'influence considérable à travers les millions, voire les milliards de personnes que touchent nos campagnes marketing. Ce pouvoir nous donne une responsabilité, et l'opportunité, de mobiliser nos audiences au-delà de nos seules solutions et produits.

C'est vrai aussi pour les dirigeants et dirigeantes d'entreprise. Par leurs positions, ils et elles ont également une influence significative sur les attitudes et comportements de leurs salarié.e.s, de leurs partenaires commerciaux et de la société dans son ensemble.

La démocratie, c'est l'affaire de tous.

Cela fait plus de 80 ans que nous vivons dans un pays en paix sur son territoire. C'est une chance, mais nous avons oublié à quel point pouvoir voter, élire ses représentants et exprimer librement ses opinions sont des droits chèrement acquis et pouvant être remis en cause en une fraction de seconde.

Mais si un quart de la population est mal ou pas inscrite sur les listes électorales, et ne peut, de fait, pas s'exprimer,
... si 50 % des citoyens ne comptent pas se déplacer aux urnes,
... si les politiques, candidates et candidats peinent à mobiliser,
... si les médias ne couvrent que rapidement ces élections au motif que "de toute façon, elles n'intéressent personne",

Alors, qui ?

Qui, aujourd'hui, peut et doit se mobiliser sur la démocratie ?

Nous, entreprises, avons un rôle clé à jouer pour mobiliser nos audiences autour de ce sujet, tout en restant non partisan.

Et 2024 nous offre une occasion en or de s'engager !

C'est une année historique : plus de 4 milliards de personnes (une personne sur deux !) sont appelées à voter dans le monde, dont 360 millions rien que pour les élections parlementaires européennes de juin.

Ces électeurs-trices sont nos collègues, nos prestataires, nos client.es, nos utilisateurs-trices, nos chef-fes. Et s'il est vrai qu'en 20 ans, les entreprises ont déjà fait des pas de géants en termes d'engagement avec notamment le développement de la RSE, les sujets liés à la démocratie restent encore un angle mort, par crainte d'approcher un sujet dit trop politique.

Les entreprises en Europe ne peuvent plus désertier la démocratie.

Alors, concrètement, à quoi cela ressemblerait d'engager ses audiences sur la démocratie ? Ce pourrait être des affiches dans nos supermarchés ou sur les vitrines des magasins encore des posts sur les réseaux sociaux de nos marques préférées qui nous rappellent la date des élections et l'importance de toutes se déplacer aux urnes.

Aux Etats-Unis, les plus grandes marques de retail affichent déjà les dates des élections sur de grands panneaux dans leurs magasins.

Saisissons nous aussi cette opportunité.

Chères entreprises, nous sommes d'immenses porte-voix, utilisons-les, mobilisons la société, mobilisons les jeunes pour aller aux urnes le 9 juin.

Rejoignez aujourd'hui la campagne Vote Anyway et 9o6, le mouvement pionnier des entreprises européennes pour la démocratie . Menée par B Lab Europe, Earth4All , GopaCom et relayé par Mouvement Impact France ou encore France Digitale, elle rassemble déjà plus de 120 entreprises dans 8 pays d'Europe. En seulement deux posts sur chacun de nos

réseaux sociaux, nous appelons toutes ensemble nos audiences à aller voter. Parce qu'ensemble, nous sommes 457 millions.

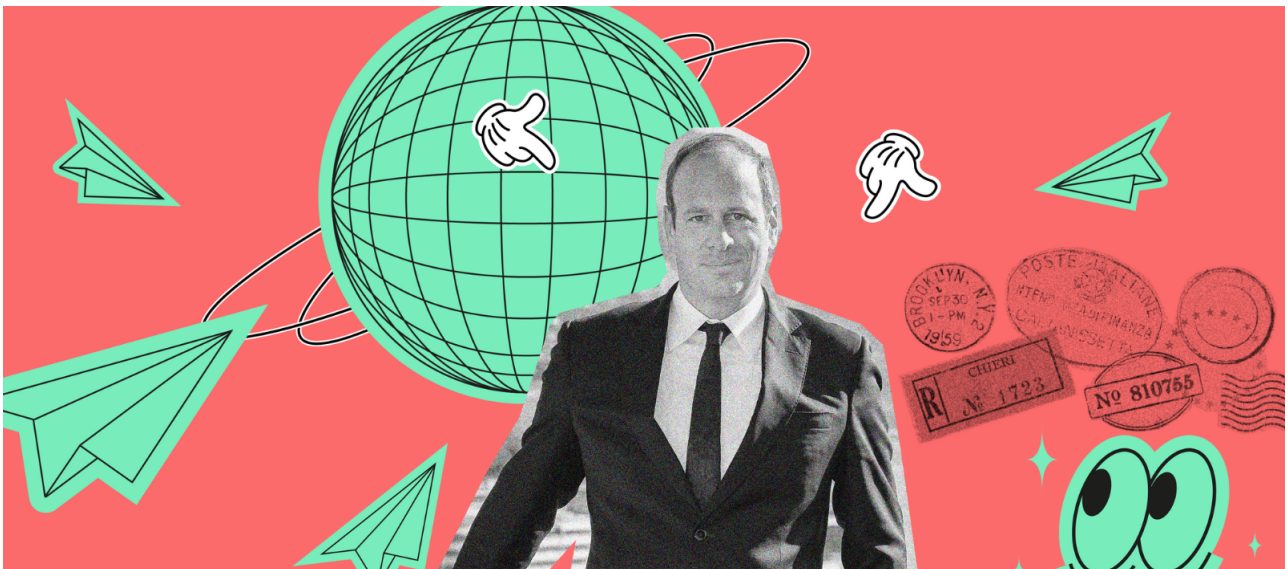
Les générations à venir nous diront merci. Et nos entreprises s'en porteront bien mieux.

Autrices :

Chloé Pahud, fondatrice et CEO de Civocracy et initiatrice de la campagne Vote Anyway pour les élections européennes et de 9o6, le mouvement européen pionnier des entreprises pour la démocratie.

Caroline Span, membre du board de A Voté, l'ONG qui s'engage pour les droits civiques et le progrès démocratique, et cofondatrice et COO de Welcome Account.

Léonore de Roquefeuil, CEO de Voxe.org, média d'actu qui crée une génération de femmes puissantes.



À lire aussi

Les 3 super pouvoirs de l'IA : entre progrès et dangers



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Chloé Pahud, Caroline Span et Léonore de Roquefeuil