

## Recul du wokisme



[Source : rt.com]

Finies les guerres culturelles ? Les entreprises américaines se rendent enfin compte que le fait d'être « woke » est mauvais pour les affaires.

Les grandes marques et les studios hollywoodiens semblent remettre en question les avantages des messages sociaux, alors que des investisseurs comme BlackRock font marche arrière.

Par Dmitry Pauk

Des studios hollywoodiens aux fabricants de bière en passant par les marques d'hygiène personnelle, les entreprises américaines ont, au cours de la dernière décennie, mis en avant une idéologie de plus en plus progressiste, souvent au grand dam d'une grande partie de leur public cible et même au détriment de leurs ventes. Mais à en juger par les récentes déclarations de certaines des personnalités les plus influentes du monde de la finance, il y a peut-être une petite lueur d'espoir au bout de ce cauchemar « woke ».

Au fil des ans, l'expression « se réveiller, se ruiner » ['get woke, go broke' en anglais] s'est avérée être bien plus qu'une simple rengaine. Prenons l'exemple de Gillette, qui a coûté 8 milliards de dollars à son propriétaire, Procter & Gamble, après la diffusion de son infâme spot publicitaire qui tentait de s'attaquer à la « masculinité toxique ». Ou encore Budweiser, dont la Bud Light était l'une des bières les plus vendues aux États-Unis, mais qui fait aujourd'hui l'objet d'un boycott national après une collaboration catastrophique avec l'activiste transgenre Dylan Mulvaney.

Et, bien sûr, il y a Disney et Netflix qui essaient toujours de reconquérir leur public après avoir constamment sorti des films et des émissions de télévision formulés, prêchés et axés sur l'agenda LGBTQ, que le public refuse de regarder.

Mais malgré les boycotts, la baisse des ventes et une clientèle de plus en plus frustrée, ces entreprises ont refusé de renoncer à leur message « woke » et ne montrent aucun signe de faillite à court terme.

Le fait est qu'en dehors des écrivains, producteurs et directeurs marketing activistes qui cherchent à diffuser le plus largement possible leurs idées

douteuses sur le monde, il y a toujours eu une autre raison sous-jacente pour laquelle ces entreprises ont cherché à diffuser des messages progressistes. Il s'agit de l'ESG, ou notation environnementale, sociale et de gouvernance.

## Les normes ESG

Comme pour toutes les entreprises d'un milliard de dollars, l'argent ne se gagne pas seulement en vendant des produits, mais aussi en attirant des investissements. Pendant des années, des entreprises comme Disney, Netflix, Budweiser et Gillette se sont appuyées sur leurs notations ESG pour attirer les investisseurs et satisfaire leurs actionnaires.

Le concept d'ESG a été introduit pour la première fois aux Nations unies en 2004. Sur le papier, ces principes étaient censés être une force pour le bien et encourager les entreprises à être plus transparentes, plus responsables sur le plan environnemental et social. Les mesures non financières devaient servir de base aux entreprises pour évaluer et classer leurs engagements en faveur d'objectifs tels que la promotion de la diversité, la lutte contre le changement climatique et l'action sociale, entre autres.

Mais dans la pratique, les entreprises qui se conforment aux normes ESG sont régulièrement accusées de promouvoir exclusivement une idéologie progressiste, libérale ou « woke » et de se concentrer sur le maintien de leur notation ESG au lieu d'écouter leurs clients et de leur donner ce qu'ils demandent.

Le milliardaire Elon Musk, par exemple, a qualifié les normes ESG de « diable » et d'« escroquerie » perpétrée par de « faux guerriers de la justice sociale » après que plusieurs fabricants de tabac et géants du pétrole comme Exxon ont obtenu de meilleures notes que Tesla.



Elon Musk. © Theo Wargo/WireImage

## Les forces derrière l'ESG

Des géants financiers comme BlackRock, Vanguard et State Street (alias Big Capital), qui gèrent des milliers de milliards de dollars d'investissements et contrôlent certaines des plus grandes parts de la plupart des entreprises du classement Fortune 500, ont usé de leur influence pour contraindre les entreprises du monde entier à adopter fébrilement les principes de l'ESG.

Les notations ESG sont effectivement devenues un moyen de faire chanter les entreprises pour qu'elles adoptent une idéologie progressiste. La responsabilité environnementale a été déformée pour devenir une exigence irréaliste de « Net Zero ». La notation sociale est utilisée pour évaluer dans quelle mesure une entreprise se concentre sur la promotion de l'idéologie moderne du genre. Et pour obtenir une bonne note en matière de gouvernance, les entreprises doivent embaucher des responsables de la diversité, de l'équité et de l'inclusion (DEI) et s'assurer que leurs conseils d'administration sont dans le « bon » état d'esprit politique.

Comme l'explique Vivek Ramaswamy, entrepreneur et candidat à la présidence du GOP, les gestionnaires de fonds peuvent rendre les choses « très difficiles pour vous si vous ne respectez pas leur agenda ». Des sociétés comme BlackRock peuvent forcer les équipes dirigeantes et les conseils d'administration à respecter leurs règles parce qu'elles ont le pouvoir de

« déterminer, dans de nombreux cas, la rémunération et les primes des dirigeants, ainsi que les personnes qui sont réélues ou reconduites dans les conseils d'administration », a-t-il ajouté.

Entre-temps, le PDG de BlackRock, Larry Fink, qui est devenu le « visage de l'ESG », a averti que si une entreprise, qu'elle soit publique ou privée, n'adopte pas l'ESG et refuse de s'engager auprès de la communauté et d'avoir un « sens de l'objectif », elle « finira par perdre l'autorisation d'opérer de la part des principales parties prenantes ».

## Changement d'avis ?

Toutefois, cette année, ces mêmes gestionnaires de fonds ont apparemment commencé à faire marche arrière et à abandonner leur soutien aux stratégies d'investissement ESG.

En septembre, le groupe Vanguard a annoncé qu'il n'avait approuvé que 2 % des résolutions ESG présentées par les actionnaires cette année, contre 12 % en 2022. De son côté, BlackRock, le plus grand gestionnaire d'actifs au monde, n'a approuvé que 7 % des propositions sociales et climatiques auxquelles il a été confronté cette année, contre 24 % en 2022.

Le responsable mondial de la gestion des investissements de BlackRock, Joud Abdel Majeid, a expliqué les faibles taux d'approbation en citant une baisse « continue » de la qualité des propositions, les décrivant comme « trop ambitieuses, manquant de mérite économique ou simplement redondantes ».

Même M. Fink, qui a presque à lui seul poussé ces normes au premier plan du monde des affaires afin de « forcer les comportements », a récemment déclaré qu'il « n'utilise plus le mot ESG, parce qu'il a été entièrement militarisé » et « politisé par la gauche et la droite ».

Cette déclaration a été faite après que M. Fink a indiqué au début de l'année que sa société avait perdu environ 4 milliards de dollars d'actifs gérés en raison de la réaction des investisseurs aux principes de l'ESG. Certes, ces pertes ont eu un impact négligeable sur la fortune de BlackRock, qui s'élève à près de 9 000 milliards de dollars.



BlackRock CEO Larry Fink. © AP Photo/Evan Vucci

## Les entreprises « woke », en particulier à Hollywood, pourraient avoir à se concentrer sur autre chose que les guerres culturelles qui divisent

On pourrait toutefois affirmer que l'abandon de l'ESG, ou du moins de certains de ses aspects qui se sont avérés particulièrement contre-productifs, a déjà eu lieu. Par exemple, en ce qui concerne la gouvernance, un grand nombre d'entreprises, y compris de grandes sociétés comme Amazon, X (anciennement Twitter), Nike et Disney, ont déjà commencé à purger leurs divisions DEI et ont licencié des dizaines de milliers de « personnes chargées de la diversité » ainsi que leurs responsables en chef de la diversité au cours des dernières années.

Mais maintenant que les plus grands gestionnaires de fonds commencent à se détourner publiquement de l'ESG, les entreprises qui se sont appuyées sur ces notations au cours de la dernière décennie pourraient également devoir réévaluer leurs stratégies si elles veulent rester au top.

Selon un rapport récent de Laura Martin, analyste financière chez Needham, le PDG de Disney, Bob Iger, a déclaré à l'improviste lors d'une réunion d'investisseurs de 120 personnes en septembre qu'il voulait « faire taire le

bruit » sur les questions de guerre culturelle parce que ce n'était « pas sain » pour les activités de Disney, soulignant que le contenu devait être « divertissant, pas axé sur les problèmes ».

« Notre objectif n'est pas de participer à une guerre culturelle. Notre objectif est de continuer à raconter des histoires merveilleuses et d'avoir un impact positif sur le monde », a également déclaré M. Iger en juillet.

On peut toutefois se demander si M. Iger souhaite réellement retirer Disney de la guerre culturelle ou s'il cherche simplement un moyen de rendre moins visible le rôle de l'entreprise dans la promotion de l'agenda progressiste et de minimiser les retours de bâton.

Jusqu'à présent, Disney n'a annoncé aucune mesure concrète pour s'éloigner de la « guerre culturelle » et il faudra probablement attendre au moins un an pour voir si l'entreprise a effectivement changé d'orientation. En attendant, le géant des médias, comme la plupart de ses concurrents, continue à remplir ses films, comme le prochain remake de Blanche-Neige, d'idéologie progressiste et d'attaques contre les valeurs traditionnelles.

Netflix, qui s'est rendu tristement célèbre pour avoir échangé la race de personnages populaires au nom de la diversité et pour avoir mis en avant un contenu LGBTQ prêchi-prêcha, semble également essayer de s'éloigner de la foule « woke », même si c'est à un rythme d'escargot.

Après avoir perdu plus d'un million d'abonnés en 2022, le service de streaming a commencé à revenir en forme en annulant des émissions progressistes sur des bébés antiracistes, en se concentrant plutôt sur des documentaires sur des crimes réels et en refusant de censurer des humoristes controversés comme Dave Chapelle et Chris Rock.



PHOTO DE DOSSIER. Une publicité de Netflix avec des messages de soutien aux personnes LGTB est vue à la station de métro Chueca à Madrid avant l'ouverture officielle de la Gay Pride MAD0 2019. John Milner/Getty Images

À la suite de l'émission spéciale « The Closer » de Chappelle l'année dernière, qui a suscité l'ire de nombreux progressistes, le service de diffusion en continu a même indiqué dans une note de service à ses employés indignés qu'ils devraient chercher un autre emploi s'ils avaient des difficultés à travailler sur des contenus avec lesquels ils n'étaient pas d'accord.

Cependant, à l'exception de quelques films et émissions récents et réussis, comme Gardiens de la Galaxie 3 et One Piece, qui ont réussi à se distancer des guerres culturelles actuelles et à divertir leur public, ni Netflix ni Hollywood dans son ensemble n'ont vraiment abandonné leurs vieilles habitudes.

Outre l'accent mis sur la GSE, le caractère « bancal » de la plupart de ces projets peut également s'expliquer par le fait que la plupart des salles de rédaction d'Hollywood sont « peuplées d'incompétents et d'activistes en général », comme l'a souligné un scénariste hollywoodien qui se fait appeler Script Doctor sur X. Il a expliqué que bon nombre de ces « jeunes » qui travaillent actuellement dans l'industrie ont obtenu leur poste grâce à des quotas d'inclusivité.

Toutefois, la grève de la Writers Guild of America (WGA) de cet été pourrait entraîner des changements dans l'industrie, a déclaré le scénariste lors d'un récent podcast. Après une impasse de près de cinq mois, l'Alliance of Motion Picture and Television Producers (AMPTP) a finalement signé un accord avec la WGA en vertu duquel les scénaristes seront mieux rémunérés pour leur travail et bénéficieront de certaines protections, notamment contre l'IA.

Mais, dans le même temps, ces changements signifient également que les studios devront payer plus pour un seul projet, ce qui signifie qu'ils seront incités à maximiser la rentabilité en choisissant la qualité plutôt que la quantité. Script Doctor a également noté que les réformes du fonctionnement des salles d'écriture pousseront les showrunners à embaucher les meilleurs scénaristes possibles, au lieu de faire appel à des « recrutements diversifiés » coûteux qui n'apportent que peu ou pas de valeur à la table.

Avec les notations ESG qui font lentement mais sûrement leur chemin vers la sortie, on peut espérer que les entreprises seront enfin incitées à se concentrer davantage sur la satisfaction de leurs clients plutôt que de prêcher et de pousser des idéologies marginales sur leurs publics cibles déjà frustrés.

Par Dmitry Pauk, un journaliste et reporter qui aime toutes les formes de divertissement, y compris, mais sans s'y limiter, les jeux sur PC, la basse et le bon sens.