



F Delalande 22 mai 2008
Social business M Yunus

Le social-business préconisé par Muhammad YUNUS, prix Nobel de la paix 2006

Dans son dernier ouvrage intitulé « Vers un nouveau capitalisme », Muhammad YUNUS, fondateur et directeur de la Grameen Bank, prix Nobel de la paix 2006, évoque l'itinéraire qui l'a conduit à lancer le microcrédit au Bangladesh puis à développer toute une série d'activités économiques à caractère social dans le but de lutter contre la pauvreté. A partir des expériences qu'il a menées ou accompagnées, il formule des propositions en vue d'asseoir et d'élargir le champ d'une nouvelle catégorie d'entreprises, baptisée « social-business », qui serait solidement enracinée dans l'économie de marché tout en poursuivant une finalité sociale : faire sortir le plus grand nombre de personnes possible d'une situation endémique de pauvreté.

*

M. Yunus remarque de façon préliminaire que les progrès économiques indiscutables enregistrés ces dernières années dans plusieurs régions du monde, se sont accompagnés de la persistance et même d'une aggravation de certains problèmes sociaux, tels que de la grande pauvreté ou de fortes inégalités. Il s'interroge sur la nature et le rôle des principaux acteurs qui devraient être mobilisés pour que la mondialisation profite à tous.

La réponse passe-t-elle ainsi d'abord par l'action gouvernementale ?

Les gouvernements sont supposés représenter les intérêts des sociétés dans leur ensemble. Le gouvernement bangladais a contribué à faire progresser la société bangladaise, ses efforts ont ainsi réussi à faire baisser la pression démographique, notamment grâce à la mise à disposition de moyens de contraception et de services médicaux dans tout le pays. Par contre, les prérogatives des gouvernements restent par définition cantonnées à l'échelle de la nation, et l'on attend toujours l'émergence d'un véritable régime de régulation économique au plan international.

Les services gouvernementaux régulent le cadre informationnel dans lequel sont conduites les affaires, mais même un régime de régulation publique de l'activité des entreprises performant ne suffit pas à assurer que les problèmes sociaux seront traités, encore moins résolus

Les gouvernements peuvent s'avérer inefficaces, lents, sensibles à la corruption, bureaucratiques, désireux de se perpétuer. Ce sont là, les effets secondaires des avantages qu'ils présentent : leur taille importante, leur pouvoir, leur pérennité, la portée de leur action. Les gouvernements se révèlent souvent meilleurs lorsqu'il s'agit de créer que lorsqu'il convient de supprimer parce qu'elles ne sont

plus nécessaires. La mise en place d'une institution se traduit par la création de droits acquis, notamment de postes de travail, qu'il sera difficile par la suite de remettre en cause.

Les organisations à but non lucratif :

Le seul recours à ces organisations s'est avéré une réponse inadéquate aux problèmes sociaux. La persistance et l'aggravation de la pauvreté, les maladies endémiques, les sans-abri, la famine et la pollution montrent assez clairement que la charité ne suffit pas. Elle a une fragilité constitutive : la demande de charité dépasse rapidement l'offre dans les périodes de crise, celles durant lesquelles précisément les besoins sont les plus urgents et les plus importants. Par ailleurs, par définition, la poursuite des actions est strictement conditionnée à celle des dons.

Les institutions multilatérales :

La Banque mondiale et les banques régionales de développement, pour s'en tenir à ces acteurs de premier plan, font de l'éradication de la pauvreté leur but ultime mais elles poursuivent cet objectif en se concentrant exclusivement sur la recherche de la croissance économique. Elles cherchent certes à générer une dynamique économique susceptible d'entraîner les pauvres, mais dans cette conception, les pauvres sont considérés comme des objets.

Une autre limite vient du canal qu'elles utilisent pour sélectionner les projets et les mettre en œuvre : qu'ils soient bilatéraux ou multilatéraux, les donateurs institutionnels ont presque exclusivement recours à la machine gouvernementale

Il y a donc une différence d'approche fondamentale entre la Banque mondiale et les institutions de même nature, et la Grameen Bank : elles exercent en théorie la même activité, mais la Grameen Bank encourage ses emprunteurs à déterminer eux-mêmes l'usage qu'ils feront des sommes empruntées.

La responsabilité sociale des entreprises :

Autre forme de réponse à la persistance de la pauvreté mondiale et autres maux sociaux : les entreprises, plus particulièrement celles qui attachent de l'importance à l'impact social de leur action. Quelles que soient la valeur et la bonne volonté qu'apportent de telles entreprises, elles sont confrontées à une limite : l'impératif de maximisation du profit, qui constitue leur obligation légale à l'égard de leurs actionnaires, sauf si ceux-ci leur ont donné un mandat différent. M. Yunus observe que le capitalisme a une vision étriquée, réductrice, de la nature humaine, alors qu'en réalité, les individus ne sont pas des entités unidimensionnelles, comme le montre l'infinie diversité des aspirations et des motivations qui les animent.

*

Ces considérations conduisent M. Yunus à préconiser la reconnaissance et le développement d'une nouvelle catégorie de structures et d'activités économiques, qu'il présente sous la dénomination de « social-business ».

Il s'agit d'introduire un autre type d'activité économique, qui prenne en compte le caractère multidimensionnel de la nature humaine, non pour réaliser des gains privés, mais afin de poursuivre des objectifs sociaux spécifiques ; non pas un nouveau type d'organisation charitable, mais bien une entreprise au plein sens du terme. L'entreprise qui relève du social-business doit couvrir au moins l'ensemble de ses coûts, même si elle crée des biens ou des services procurant des avantages sociaux. Ce qui la distingue des organisations à but non lucratif, c'est que celles-ci doivent compter sur un flux constant de dons caritatifs, de subventions ou de soutiens accordés par les gouvernements ; elles ne couvrent pas les coûts liés à leurs opérations, elle doivent mobiliser une partie considérable de leur temps et de leur énergie pour lever des fonds ; c'est le caractère permanent de cette rentrée de fonds qui leur permet de poursuivre leur activité.

M. Yunus cite plusieurs exemples de social-business afin d'illustrer le fait que des produits ou des services peuvent être fabriqués et vendus dans les cadres ordinaires de l'activité économique marchande, et aboutir à des avantages sociaux :

- Une entreprise qui fabrique et vend bon marché des produits alimentaires de qualité destinés au marché des enfants pauvres et sous-alimentés ;
- Une société qui conçoit et commercialise des polices d'assurance maladie permettant aux pauvres d'accéder à des soins médicaux abordables ;
- Une entreprise qui développe des systèmes de production d'énergie renouvelable et qui les vend à un prix raisonnable aux communautés rurales.

Un projet conduit dans un objectif social, qui facturerait un prix ou des honoraires pour ses produits ou ses services, mais qui ne serait pas capable de couvrir complètement ses coûts, ne saurait être qualifié de social-business ; mais dès qu'il y parvient, il accède au monde des entreprises. Un social-business est conçu et fonctionne comme une entreprise classique : il a des produits, des services, des clients, des marchés, des charges et des recettes. Mais le principe de maximisation du profit est remplacé par celui de bénéfice social. Il a des propriétaires qui ont le droit de récupérer leur investissement. Une fois qu'il a récupéré sa mise initiale, l'investisseur reste propriétaire de l'entreprise et participe à la détermination de son activité future. Afin d'attirer les investisseurs, MY propose même de créer une bourse spécialisée.

Comme n'importe quelle entreprise, un social-business ne peut pas subir de pertes indéfiniment. Il peut être défini comme une entreprise qui ne réalise pas de pertes et ne distribue pas de dividendes. Les profits sont réinvestis dans l'entreprise, ils permettront d'améliorer la situation des bénéficiaires du projet, ce au moyen de prix plus bas, de services de meilleure qualité, ainsi que d'une plus grande accessibilité.

Pourquoi des investisseurs placeraient-ils leur argent dans un social-business ? Ils pourraient le faire afin d'obtenir le même type de satisfaction personnelle que celle qu'apporte la philanthropie telle qu'on l'observe dans le secteur caritatif; elle peut même être supérieure, car l'entreprise ainsi créée a vocation à devenir pérenne et à adopter un rythme de croissance auto-entretenu. Il n'est alors pas besoin de lever des fonds chaque année, et l'investisseur obtiendra davantage de bénéfices sociaux qu'en confiant ses fonds à une organisation caritative.

Les entreprises relevant du social-business agiront sur le même marché que les entreprises traditionnelles. Les avantages sociaux créés par le social-business constitueront peut-être une motivation supplémentaire d'achat pour quelques consommateurs ; mais pour l'essentiel, ces entreprises seront en concurrence avec les entreprises classiques de la même manière que ces dernières sont en concurrence entre elles. Elles seront aussi en concurrence entre elles. Mais alors, la compétition entre elles sera fondée non sur la maximisation des profits futurs mais sur les bénéfices sociaux attendus.

M. Yunus distingue deux sortes de social-business :

- un premier modèle qui correspond à ce qui vient d'être décrit : des entreprises qui cherchent à produire des avantages sociaux plutôt qu'à maximiser le profit revenant aux propriétaires ;
- et une seconde catégorie, composée d'entreprises cherchant classiquement à maximiser le profit, mais détenues par des pauvres ou par des personnes défavorisées. Dans ce cas, l'avantage social découle du fait que les dividendes et la valorisation de l'entreprise bénéficieront aux pauvres, les aidant de ce fait à échapper à la pauvreté.

Il faut préciser quelle est la différence entre le social-business et ce que l'on appelle l'entrepreneuriat social : ce dernier terme désigne toute initiative innovante destinée à venir en aide à des individus, et

comme tel, il s'est largement diffusé. Un magazine américain publie chaque année une liste des meilleurs entrepreneurs sociaux, un premier cours sur ce sujet a été dispensé dès 1995 à Harvard et de nombreuses universités en font à présent une matière d'enseignement. Il existe plusieurs fondations dédiées à la promotion de l'entrepreneuriat social : la fondation Skoll (créée par l'ancien président d'eBay), la fondation Schwab (créée par le fondateur du Forum de Davos). Mais le champ de cette notion est tellement large, tellement général qu'il perd tout caractère discriminant ; en somme, le social-business est un sous-ensemble bien délimité et clairement défini de l'entrepreneuriat social.

On peut trouver des précédents historiques au social-business : au premier chef le mouvement coopératif lancé au XIX^{ème} siècle en Grande Bretagne par Robert Owen. Les coopératives ne sont toutefois pas intrinsèquement destinées à aider les pauvres ou à produire des bénéfices sociaux. Cela dépend des objectifs et des centres d'intérêt spécifiques des individus qui se regroupent pour créer une coopérative.

*

L'expérience de la Grameen Bank

C'est par le lancement du microcrédit que la Grameen Bank s'est progressivement fait connaître. M. Yunus rappelle les circonstances dans lesquelles il fut amené à se lancer dans l'octroi de microcrédits : lors de la famine qui affecta sévèrement le Bangladesh en 1974-75, il prit conscience du fait que les plus pauvres étaient assujettis à des prêteurs pratiquant des taux abusifs, et que leur accorder des prêts n'intéressait pas les banquiers professionnels : ceux-ci estimaient que cette activité ne présenterait pas d'intérêt en raison du très faible montant unitaire de chaque opération, et que de toute façon, les pauvres n'offraient pas de garanties. D'où son idée de créer une banque dédiée à l'octroi de prêts aux personnes les plus pauvres.

La Grameen Bank consent aux pauvres des prêts d'un faible montant, sans garantie et à un coût raisonnable. Aujourd'hui, 94 % de ses actions appartiennent aux emprunteurs eux-mêmes. La structure de son actionnariat en fait donc un social-business. Aujourd'hui, la banque accorde des prêts à plus de 7 millions de pauvres, dont 97 % de femmes, dans 78 000 villages du Bangladesh. Elle ne propose aux pauvres ni dons ni bourses, mais des prêts à intérêt qu'ils doivent rembourser grâce à leur propre travail.

Le succès de cette entreprise amène à remettre en cause un certain nombre d'idées reçues, telles que :

- la croyance selon laquelle des prêts ne peuvent pas être accordés sans garanties ;
- l'hypothèse selon laquelle le seul moyen d'aider les pauvres consiste à créer des emplois salariés ;
- l'hypothèse selon laquelle la capacité d'entreprendre est une qualité rare.

Il dévoile de ce fait ce que M. Yunus qualifie d' « angles morts de la théorie économique », les présupposés de la pensée économique dominante qui se réfèrent à une vision unilatérale de la nature humaine, selon laquelle les individus sont exclusivement motivés par la maximisation du profit.

En observant le comportement des gens à qui nous prêtons de l'argent, écrit M. Yunus, nous avons vite réalisé qu'il valait mieux accorder des crédits aux femmes qu'aux hommes. Lorsque les hommes gagnent de l'argent, ils ont tendance à le dépenser pour eux-mêmes, tandis que les femmes veillent à améliorer le sort de tous les membres de la famille à commencer par celui des enfants

La Grameen Bank propose différentes formules de prêt, à intérêts simples, calculés de telle sorte que le total des intérêts versés par un emprunteur ne peut jamais excéder le montant de la somme empruntée. Elle a diversifié ses produits financiers au fil des années, et elle a mis en place un système d'épargne.

Ceux qui empruntent à la Grameen Bank doivent appartenir à un groupe de cinq personnes qui n'ont pas de liens de parenté entre elles. Il faut l'accord des quatre autres pour demander un prêt. Le groupe joue un rôle de réseau de proximité, et les groupes eux-mêmes se réunissent par dix ou douze chaque semaine dans un local ; il y a 130 000 de ces centres dans le pays. Le chef du centre est élu par ses pairs. Lors de ces rencontres hebdomadaires, les employés locaux de la banque collectent les remboursements d'emprunts et discutent des nouvelles demandes de prêts. On a ainsi créé une dynamique communautaire, elle se traduit par une pression sociale positive créée par le groupe et par le centre, qui incite l'emprunteur à honorer ses engagements.

Ces principes ont été institutionnalisés dans les « seize résolutions » : un ensemble de résolutions collectives et personnelles qui a pour origine des travaux d'ateliers réunissant les emprunteurs et les membres du personnel de la Grameen Bank au début des années quatre-vingts, regroupées et formalisées en 1984. Il s'agit d'un ensemble de préceptes très concrets que les emprunteurs s'engagent à respecter et à répandre : fournir un travail assidu, entretenir sa maison et ses cultures, être attentifs aux conditions d'hygiène et de salubrité, limiter la natalité, veiller à l'éducation des enfants, proscrire le recours à la dot, etc...

Au fur et à mesure de son développement, la Grameen Bank a découvert de nouveaux champs d'action.

En 1984, elle a commencé à proposer des prêts au logement, ce qui a permis de construire 650 000 maisons. Ensuite, elle a créé des bourses d'études pour les meilleurs élèves des familles bénéficiaires (allouées actuellement au rythme de 30 000 par an, et des prêts étudiants pour ceux qui poursuivent des études (8000 par an).

En 2004, elle a lancé des prêts aux mendiants, qualifiés de « membres en difficulté ». Ce sont des prêts d'environ 15 dollars, sans intérêt, qui leur permettent de vendre de modestes marchandises lorsqu'ils vont mendier de maison en maison. Cette formule a profité à quelque 100 000 bénéficiaires, dont 10 000 sont devenus des vendeurs à plein temps.

Partant du présupposé que les gens ne sont pas seulement des travailleurs, des consommateurs ou même des entrepreneurs, mais aussi des parents, des enfants, des amis, des voisins et des citoyens, la Grameen propose aussi :

- un plan d'épargne retraite : le titulaire s'engage à déposer une somme fixe chaque semaine ou chaque mois, et s'il tient son engagement pendant dix ans, il recevra un montant égal au double de ses dépôts cumulés ;
- un programme de prêts flexibles : si un emprunteur a des difficultés à rembourser son prêt conformément à l'échéancier initial, il peut le transformer en prêt flexible qui lui permet de rembourser des montants plus faibles sur une période plus longue.

La Grameen est à la fois une entreprise et une institution pour les pauvres. Elle a affronté son test de viabilité en 1998 lorsque le pays a connu la pire inondation de son histoire. Plus de la moitié des emprunteurs et plus de 70 % des bureaux ont été affectés par l'inondation. 42 % des centres ont été déclarés sinistrés, et ils ont dû suspendre la collecte des remboursements pendant cinq mois. Il a également fallu injecter des prêts d'urgence pour les membres qui avaient bénéficié de prêts pour leur logement et qui avaient des réparations à financer.

Le microcrédit à travers le monde :

La Grameen a fondé une organisation pour former à sa méthode d'instauration, d'attribution et de gestion de microcrédits : la Grameen Trust, qui a fourni depuis 1991, année de sa création, des fonds et une assistance technique à 140 programmes de microcrédits dans 40 pays différents ; son rôle se rapproche ici de celui de l'assistance au franchisé d'une entreprise

En 1997 s'est tenue la première édition du sommet du microcrédit à Washington avec 3000 délégués venus de 137 pays. A l'époque, on recensait 7,6 millions de familles bénéficiaires dont 5 millions au Bangladesh. En 2006, lors du troisième sommet tenu à Halifax, on a estimé le nombre de bénéficiaires à 100 millions de familles touchées de par le monde; si l'on considère qu'environ 5 personnes en moyenne bénéficient d'un microcrédit accordé, cela revient à dire qu'un demi-milliard de gens sont concernés.

Le G8 de juin 2007 a décidé de la création d'un fonds de soutien de la microfinance pour l'Afrique, l'Africa Microfinance Fund.

Le problème auquel se trouvent confrontés les établissements de microcrédit lorsqu'ils veulent étendre leur activité, c'est non pas le manque de compétences, mais plutôt le manque de fonds ; car les établissements doivent bénéficier d'apports de fonds avant d'atteindre un seuil de rentabilité qui leur permettra de voler de leurs propres ailes. Diverses méthodes sont employées selon les pays : une organisation internationale ou nationale se porte garante, et du coup les banques locales consentiront des prêts aux institutions de microcrédit ; ou bien l'établissement de microcrédit accepte des dépôts et il devient banque de microcrédit, pour autant que la législation le lui permette ; ce qui n'a pu être obtenu au Bangladesh, où le gouvernement a bien créé une autorité indépendante de régulation du microcrédit, mais n'a pas encore fait aboutir à ce jour un projet de loi autorisant la création de banques de microcrédit.

En certains cas, les banques traditionnelles gèrent elles-mêmes des programmes de microcrédit ; en Inde, les banques commerciales sont encouragées à octroyer des prêts à des « Self-Help-Group », groupements d'une vingtaine de personnes, généralement des femmes, qui s'affilient à la succursale d'une banque commerciale, ce dispositif étant conduit sous l'égide de la National Bank for Agriculture and Rural Development. En 2006, on comptait 2,2 millions de ces groupes d'entraide qui rassemblaient 33 millions de clients.

Du microcrédit au social business :

Au fil des ans, Grameen s'est enrichie de toute une galaxie de sociétés distinctes. M. Yunus cite vingt-cinq sociétés, dont la création s'est échelonnée entre 1983, date de fondation de la Grameen Bank, et 2006, création de Grameen Danone en partenariat avec le groupe Danone, en vue de produire et diffuser au Bangladesh des yaourts nutritifs à l'intention des enfants sous-alimentés.

Parmi ces sociétés, on peut relever la création en 1996 de Grameen Phone. Partant du constat que la grande majorité des bangladais était écartée de l'accès au téléphone, cela a consisté à former jusqu'à 300 000 villageoises à devenir des « dames téléphone », détentrices d'un téléphone portable et ayant pour mission de permettre aux gens d'y recourir ; cette activité décline depuis 2005 en raison de la diffusion du téléphone portable, qui compte maintenant 32 millions d'abonnés soit un bangladais sur

cinq. Cette décrue de l'activité des « dames téléphone » a été prévue et anticipée, et elle ont été progressivement réorientées sur le marché des services prépayés et dans la fourniture d'accès à Internet.

Grameen Fisheries est une entreprise d'aide à la réhabilitation d'un millier d'étangs pour y implanter la pisciculture.

Grameen Shakti a pour mission de faciliter l'accès des villageois à une offre d'énergie renouvelable, essentiellement par l'aide à l'installation de panneaux solaire.

Dans le domaine de la santé, il faut mentionner Grameen Kalyan et Grameen Health Care Services : la première fait fonctionner 33 cliniques, les familles en bénéficient moyennant un versement annuel de quelques dollars, les mendiants sont soignés gratuitement, au total un demi-million de personnes y ont accès ; la seconde s'est donnée pour objectif la création d'un hôpital ophtalmologique qui s'adressera aux gens quelque soient leurs revenus et qui devra trouver son équilibre de fonctionnement en procédant à une mutualisation des recettes et des charges entre patients riches et patients pauvres.

La plupart de ces sociétés, déclare M. Yunus, sont enregistrées comme « entreprises à but non lucratif », ce qui signifie qu'elles ne peuvent pas émettre d'actions et qu'elles n'ont pas de propriétaires ; elles sont cependant soumises à l'impôt. Faute de précision quant au statut et aux règles qui les régissent, il est difficile d'établir une correspondance en droit français, et s'il faut à tous prix se donner une équivalence, on peut se demander si l'on pourrait les assimiler à des associations lois de 1901, ou plutôt à des SCOP.

L'un des principaux impacts du microcrédit a consisté à faire prendre conscience du fait que la clé de sortie de la pauvreté n'était généralement pas dans la création d'emplois, mais plutôt dans l'encouragement au travail indépendant. La grande majorité des prêts alloués par la Grameen Bank sont destinés à des entrepreneurs individuel ou à des très petites entreprises. C'est particulièrement vrai pour les femmes qui produisent des biens et des services et qui les vendent au niveau local.

*

Dans la dernière partie de son ouvrage, M. Yunus livre un ensemble de conclusions et de réflexions sur les moyens susceptibles de faire reculer la pauvreté, au Bangladesh et dans le reste du monde.

S'agissant du Bangladesh, il fait état de plusieurs indicateurs qui témoignent d'un recul de la pauvreté sur le moyen terme :

- un taux de pauvreté, mesuré selon les critères adoptés par la Banque mondiale, passé de 74 % en 1973 à 40 % en 2005 ;
- une croissance annuelle de l'ordre de 6 % sans augmentation des inégalités ;
- un ralentissement de l'accroissement démographique ;
- une forte baisse de la mortalité infantile et une élévation rapide et importante de l'espérance de vie ;
- une amélioration des conditions de logement, du taux d'alphabétisation, etc...

Le Bangladesh devrait de ce fait atteindre les objectifs du millénaire du développement en parvenant à réduire de moitié le taux de pauvreté entre 2000 et 2015.

Par contre, il n'y a pas de données globales qui permettraient d'évaluer, même de manière très approximative, l'impact du microcrédit et des activités des sociétés du groupe Grameen dans l'évolution de ces indicateurs. Toutefois, M. Yunus insiste, dans le recul de la pauvreté, sur l'importance qu'il convient d'attacher à la question du crédit et au fait de permettre à des franges

extrêmement démunies de la population d'accéder aux capitaux, si limités soient-ils, qui leur permettront de lancer une activité.

Sur un plan plus général, M.Yunus plaide pour la libéralisation des échanges économiques, pour une prise en considération des enjeux écologiques tout aussi attentive que des enjeux sociaux, et pour un déploiement des nouvelles technologies de l'information dans les pays en développement.

Il appelle également à l'élaboration de nouveaux instruments d'évaluation qui permettraient d'apprécier si les social-business, en sus de leurs performances économiques appréciées selon les critères habituels – prix, qualité, disponibilité... - ont bien rempli la mission sociale qu'elles s'étaient imparties. Cela devrait déboucher tôt ou tard sur la création d'agences de certification et d'audit ad hoc. Des agences de notation spécialisées pourraient même se constituer pour évaluer certains aspects des entreprises à vocation sociale : l'adhésion à des normes de travail, l'utilisation d'énergies renouvelables, la préférence accordée aux fournisseurs locaux, et c...

La conception du social-business qui s'en dégage oscille entre celle d'un secteur conçu comme s'insérant de la façon la plus proche possible des mécanismes de marchés existants, au risque de le voir soit très limité, soit vite étranglé ou dénaturé, et celle qui le verrait évoluer vers un tiers secteur avec des règles de gouvernance, de financement, de fiscalité, d'évaluation spécifiques, distinctes du secteur marchand de droit commun, ce qui le rapprocherait alors du secteur coopératif ou associatif, avec le risque de s'éloigner du secteur marchand.