



POUR UNE ÉCONOMIE PLUS HUMAINE

Construire le social-business

Muhammad Yunus

CONTENU

INTRODUCTION.....	2
DEUX TYPES DE SOCIAL-BUSINESS.....	2
SEPT PRINCIPES DU SOCIAL-BUSINESS.....	3
DÉFINITIONS DE SOCIAL-BUSINESS.....	3
POURQUOI LE SOCIAL-BUSINESS.....	3
COMMENT FAIRE LE SOCIAL-BUSINESS.....	3
LE FUTUR.....	4

“ SYNOPSIS

Depuis quelques années, la Grameen Bank créée par Muhammad Yunus, prix Nobel de la paix en 2006, développe avec des entreprises (Danone, Veolia et Adidas) le modèle économique du social-business. Il est possible à présent de tirer les leçons de ces premières expériences, d'en analyser les résultats et de s'interroger sur les effets de la crise financière et de l'augmentation du prix des matières premières. Muhammad Yunus nous explique comment le marché a obligé ces entreprises à faire évoluer leur stratégie, leur marketing, leur cible. Si le modèle est différent, les lois qui fixent les équilibres du social-business sont les mêmes que celles qui agissent sur l'économie de marché classique. Le principe de réalité prédomine... mais dans une perspective plus humaine. Entre études de cas et réflexions sur le monde à venir, l'ouvrage de Muhammad Yunus nous ouvre un univers toujours aussi stimulant et porteur d'espoir.

En italique: Commentaires personnels.

ÉLÉMENTS MARQUANTS

INTRODUCTION

- ❖ Grameen Bank signifie « banque du village » en bengali.
- ❖ Elle compte 8 millions d'emprunteurs, dont 97% sont des femmes.
- ❖ Dès le départ, ils ont décidé de se concentrer sur elles, car elles ne disposent d'aucune autre source de crédit, et, car lorsque les femmes empruntent de l'argent elles ne l'utilisent jamais pour elles-mêmes : elles s'en servent pour créer ou développer de petites activités économiques leur permettant d'aider leur famille, et plus particulièrement leurs enfants.
- ❖ Le taux de remboursement est voisin de 98%.
- ❖ La Grameen Bank encourage les enfants de ses emprunteurs à aller à l'école.
- ❖ Ils incitent ces jeunes à offrir des emplois au lieu d'en demander et la banque finance les entreprises qu'ils créent. La banque favorise l'entrepreneuriat et favorise l'autonomie des Bengalais.
- ❖ Plus de la moitié des dépôts émanent des emprunteurs, qui ont l'obligation d'épargner un peu chaque semaine.
- ❖ « Je crois profondément que l'accès au crédit devrait faire partie des droits de l'homme. » M. Yunus.
- ❖ Social-business :
 - ▶ Les entreprises qui se fondent sur la partie altruiste de la nature humaine.
 - ▶ Une entreprise dont les investisseurs cherchent à venir en aide à d'autres individus sans en retirer de bénéfice personnel. Elle doit néanmoins réussir à couvrir ses coûts.
 - ▶ Si elle réalise un bénéfice, elle l'investira pour développer son activité ou pour accroître les avantages dont elle fait profiter la société.
 - ▶ Une entreprise ne réalisant pas de perte et ne distribuant pas de dividende : elle se consacre entièrement à la réalisation d'un objectif social.

DEUX TYPES DE SOCIAL-BUSINESS :

- 1) Une entreprise qui ne réalise pas de perte et ne distribue pas de dividende. Elle cherche à répondre à une difficulté sociale et est détenue par des investisseurs qui consacrent l'intégralité des bénéfices à l'expansion de l'entreprise et à son amélioration.
- 2) Une entreprise qui cherche à maximiser le profit, mais est détenue par des pauvres, soit directement, soit par l'intermédiaire d'une société dédiée à une cause sociale particulière. Comme les profits versés à leurs propriétaires permettent de réduire la pauvreté, une telle entreprise contribue par définition à régler une question sociale.

SEPT PRINCIPES DU SOCIAL-BUSINESS :

- 1) L'objectif de l'entreprise doit lutter contre la pauvreté ou d'autres problèmes sociaux.
- 2) L'entreprise doit pouvoir s'autofinancer.
- 3) Les investisseurs récupéreront uniquement le montant de leur investissement.
- 4) Une fois les investissements remboursés, les profits doivent être consacrés à l'expansion de l'entreprise.
- 5) Elle doit être respectueuse de l'environnement.
- 6) Les employés sont payés au prix du marché, mais disposent de meilleures conditions de travail.
- 7) Faites-le dans la joie! Et apportez la joie! Il ne s'agit pas de demander aux gens de se contenter d'un produit de second rang parce qu'ils ne peuvent pas s'offrir mieux.

DÉFINITIONS DE SOCIAL-BUSINESS :

- ❖ Le social-business n'est pas une entreprise sociale. Elle doit gagner de l'argent en commercialisant des biens ou services ou autres activités à caractère économique. Cela la dispense de recourir à des dons, subventions ou financement public. *Pourtant il dit l'inverse en p. 27 et 36...*
- ❖ Une entreprise autofinancée destinée à produire des bénéfices sociaux.

POURQUOI LE SOCIAL-BUSINESS :

- ❖ Les pauvres qui dépendent d'aides caritatives ne sont pas incités à se débrouiller seuls. À l'inverse, les individus qui paient un juste prix pour les biens et services qu'ils reçoivent font un pas de géant vers l'autonomie.
- ❖ Le capitalisme a créé la pauvreté. (p.61) *Pourtant la pauvreté existait avant le capitalisme...*
- ❖ Au lieu de concevoir de vastes plans pour sauver le monde d'un seul coup, il nous faut « penser petit ».
 - ▶ Imaginez un modeste projet permettant d'aider quelques personnes – au lieu de passer des mois ou des années à la peaufiner, le développer et le financer, mettez-le en œuvre immédiatement.
 - ▶ Utilisez l'expérience que vous aurez accumulée pour parfaire votre idée.
 - ▶ Elle pourra être reproduite une fois, deux fois, dix fois, cent fois, etc. Qui sait?

COMMENT FAIRE LE SOCIAL-BUSINESS

- ❖ Il est très important de gérer un social-business de façon ouverte. Celui-ci doit résoudre des problèmes, il est donc logique que les propriétaires cherchent à partager des informations, des idées et des expériences. Colloques, publications, formation, etc.

- ❖ Commencez à travailler immédiatement et apprendre au fur et à mesure. La modestie du projet initial permet cette approche, car l'investissement est alors limité.
- ❖ Considérez ce projet comme un projet de R&D. Vous serez plus enclin à dépenser de l'argent pour acquérir une nouvelle expertise.

LE FUTUR :

- ❖ Un marché boursier social pourrait un jour être créé, qui indiquerait aux investisseurs la capacité des entreprises à réaliser leurs objectifs sociaux.
- ❖ Nous consacrons trop de temps et d'énergie à prévoir le futur, et pas assez à imaginer le futur que nous voudrions voir.