



L'hôpital Jean-Jaurès, à Paris, est géré par SOS Habitat et Soins, association du Groupe SOS, une entreprise sociale qui emploie désormais 3 000 salariés.

INNOVATION Les entrepreneurs sociaux développent des services qui entendent répondre plus efficacement aux besoins de la population. Reste à obtenir des pouvoirs publics le soutien nécessaire pour que ces initiatives profitent à tous.

L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL À LA FRANÇAISE

L'entrepreneuriat social est à la mode. Un concept rendu populaire, sous sa dénomination anglo-saxonne *social business*, par Muhammad

Yunus, le fondateur de la Grameen Bank, et qui se décline désormais en France, comme en témoigne la montée du Mouvement des entrepreneurs sociaux (1), qui

a tenu son premier congrès le 14 octobre dernier.

A première vue, rien de bien nouveau. A lire les textes fondateurs du Mouvement, l'entrepreneuriat social n'est

qu'un terme pour désigner ce que les associations réalisent depuis plus d'un siècle : produire, avec plus ou moins de subventions publiques, des services à forte utilité sociale dans de multiples domaines – santé, social, culture, loisirs, éducation populaire, etc. Mais l'utilisation d'un nouveau mot n'est jamais innocente et traduit ici la volonté de secouer le cocotier associatif. Les entrepreneurs sociaux portent une double exigence : innover dans la manière de répondre aux besoins sociaux et gérer efficacement, parce qu'être dans le social ne justifie pas d'être moins performant. Au final,

l'objectif est d'améliorer le rapport qualité/coût des services rendus aux usagers, à la manière de ce que promet, par exemple, le Groupe SOS, une entreprise sociale qui emploie désormais 3 000 salariés et est présente dans tous les champs de la solidarité (santé, social, éducation, insertion, environnement...).

Davantage de justice et de démocratie

Sur ces bases, les entrepreneurs sociaux peuvent contribuer à introduire plus de justice et plus de démocratie dans notre société. Parce que non contents de proposer des réponses innovantes aux besoins sociaux, ils ouvrent la voie à des interventions publiques plus générales. Ils donnent également un débouché à des initiatives issues de la société civile, tout en proposant une gestion déléguée efficace de services publics ou sociaux. Exemple, les services d'accueil de jour éducatif : lancés initialement par l'association Jeunesse culture loisirs et technique (JCLT), ils offrent une alternative au placement en Maisons d'enfants à caractère social, avec des résultats très positifs. De quoi proposer un service de qualité à un meilleur prix au plus grand bénéfice de tous les usagers, pour autant que les pouvoirs publics apportent les financements nécessaires pour financer le service ou solvabiliser la demande.

L'enjeu est essentiel au moment où les grands groupes privés, à la recherche de nouveaux profits, investissent eux-mêmes le champ du social, de la gestion des cliniques aux maisons de retraite. Car le souci d'efficacité et d'innovation porté par les entrepreneurs sociaux, dans un contexte où l'argent public est rare et où les priorités de l'action publique évoluent, doit contribuer à éviter toute dérive de la protection

sociale dans un sens plus restrictif et inégalitaire (2).

Une dérive libérale ?

La création du Mouvement des entrepreneurs sociaux a suscité des réactions mitigées de la part de certains responsables du secteur de l'économie sociale, qui y voient la porte ouverte à une dérive libérale de l'action sociale, en rupture avec la non-lucrativité et la gestion démocratique garanties par les statuts associatifs, mutualistes ou coopératifs. La critique porterait davantage s'il était établi que l'adoption de ces statuts valait toujours

brevet de vertu. Au-delà, trop d'organisations de l'économie sociale ont fini par s'enfermer

L'utilité sociale du projet doit être, autant que le statut, déterminante dans la reconnaissance de l'entreprise sociale

dans des logiques gestionnaires et sont devenues de simples instruments auxquels les pouvoirs publics soustraient leurs politiques. Les fondateurs du Mouvement des entrepreneurs sociaux, au contraire, bien qu'étant

pour la plupart à la tête d'associations, de coopératives ou de mutuelles, estiment que c'est l'utilité sociale du projet, autant que le statut, qui doit être le critère déterminant de reconnaissance de l'entreprise sociale et qu'à ce titre, certaines entreprises de statut commercial classique ne méritent pas.

Reste, pour ne pas prêter le flanc à la critique, à définir clairement les critères permettant d'être labellisée ■■■

1. Voir www.mouves.org
2. Voir le « Dossier » page 58.

AIDER À LA CRÉATION D'ENTREPRISE



La Corderie, à Paris. RMIste, Susan Brett a pu créer sa PME grâce au microcrédit du réseau Finansol.

Les dispositifs permettant à chacun d'accéder à l'autonomie économique en créant sa propre entreprise participent de l'entrepreneuriat social, au nom de la lutte contre la pauvreté. L'aide à la création revêt cependant un sens très différent, dans une société où plus de 90 % de la population active est salariée, comme c'est le cas en France ou aux Etats-Unis, et dans une société où le travail informel domine, comme au Bangladesh. La question mérite d'autant plus d'être débattue que le maintien d'un haut niveau de chômage, dans un contexte de déréglementation du salariat – notamment avec les

dérives du statut d'auto-entrepreneur –, semble parfois nous dessiner un avenir où nous aurions tous vocations à devenir vendeurs de pizzas au coin de la rue... Aider chacun à pouvoir créer une entreprise contribue à renouveler le tissu productif. C'est également une liberté fondamentale que de faire du salariat un choix et non une contrainte. Encore faut-il ne pas demander à la création d'entreprise plus qu'elle ne peut donner : on ne peut se féliciter de voir des jeunes diplômés issus de l'immigration contraints d'ouvrir des kebabs après avoir envoyé des centaines de CV sans succès.

■ ■ ■ « entreprise sociale » et à mettre en place un processus de certification, surtout si l'objectif est d'obtenir aides publiques et avantages fiscaux. En l'état actuel du débat, seules seraient labellisées les entreprises qui proposent des services à forte utilité sociale, dont la gouvernance associe toutes les parties prenantes (salariés, usagers, acteurs publics...) et qui se donnent d'autres priorités que la maximisation de leur résultat.

En quête de capitaux

Le développement de l'entrepreneuriat social suppose, enfin, deux choses : des personnes et des capitaux. Du côté des personnes, pas de problème. Des milliers de jeunes souhaitent aujourd'hui entreprendre, tout en s'investissant dans des activités porteuses de sens. Nombre d'entre eux veulent travailler dans des activités soutenant des valeurs de coopération et de solidarité, et qui contribuent ainsi à civiliser l'économie et à la démocratiser.

Du côté des capitaux, ça se complique. Une grande partie de l'économie sociale, historiquement, s'est développée en mobilisant des capitaux apportés par les bénéficiaires de ses prestations : c'est le cas des banques coopératives et des sociétés mutuelles d'assurance. En revanche, l'entrepreneuriat social, à l'instar du secteur associatif, propose des services destinés à des tiers, souvent à faibles ressources. D'où la nécessité de disposer d'outils financiers innovants, notamment via les produits d'épargne solidaire (3), mais aussi en obtenant des pouvoirs publics qu'une partie de l'épargne collective soit mise au service d'activités à forte utilité sociale. ■

PHILIPPE FRÉMEAUX

3. Voir Les placements solidaires hors-série poche n° 45 d'Alternatives Economiques, septembre 2010, disponible dans nos archives en ligne.

LE « SOCIAL BUSINESS » AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT

SUD L'offre de produits et de services destinés aux plus pauvres, financés par des investisseurs privés, joue un rôle utile. Mais elle ne fait pas à elle seule une politique de développement.

Le *social business*, au sens de Muhammad Yunus, consiste à développer des produits et des services destinés aux plus pauvres en faisant appel à des apporteurs de capitaux qui acceptent de renoncer à toute rémunération. Ces *business* doivent être viables et rentables afin d'éviter toute perte en capital pour les investisseurs, mais les profits – s'il y en a – ont vocation à être réinvestis dans l'activité. Les promoteurs de *social business* ne prétendent pas offrir une alternative d'ensemble. Ils observent simplement que le secteur privé marchand se désintéresse du sort des plus pauvres parce qu'ils sont insolubles et que la qualité des services de base – éducation, santé – est souvent très déficiente, l'Etat ne jouant pas le rôle qui devrait être le sien, pour différentes raisons : corruption, manque de moyens, etc.

L'essor du *social business* s'inscrit alors dans le cadre d'une vision renouvelée de

l'aide qui donne plus d'autonomies aux personnes, en les aidant à développer des activités, ou via la création de filières d'offres originales, au profit des plus pauvres. Danone a ainsi développé au Bangladesh, sous le nom de Grameen Danone Food, des mini-laiteries qui fabriquent des yaourts avec du lait produit localement. Lesquels sont vendus à bas prix à des populations au pouvoir d'achat très limité (1). De quoi offrir un débouché aux éleveurs et améliorer le régime alimentaire de tous. Ces initiatives partent aussi de l'idée – dite *Base of the Pyramid*, ou BoP –, que les pauvres sont bien plus nombreux que les riches et que si l'on parvient à développer des produits et des services à très bas prix, accessibles au plus grand nombre, on peut aussi révéler des marchés très vastes. De quoi rentabiliser ses investissements, à défaut de faire du profit ! On retrouve ici

la logique qui sous-tend le développement du microcrédit.

Les initiatives prises par quelques multinationales demeurent cependant ambiguës et leur portée limitée. Sans doute Franck Riboud, le patron de Danone, porte des valeurs qu'il souhaite faire partager. Mais on ne peut s'empêcher de rapprocher le montant des sommes que son entreprise aurait investies au Bangladesh (7 millions d'euros) et son salaire (6 millions d'euros en 2009)... Pour l'instant, la base de la pyramide ne rapporte guère, mais elle ne coûte pas cher non plus ! Le géant du yaourt qui fait sois-disant du bien par où il passe parvient ainsi à améliorer son image, et fait croire à son personnel que son entreprise œuvre pour le bien commun de l'humanité...

Aussi une affaire d'Etat

Au-delà, la promotion du *social business* et, avec lui, les initiatives portées par Muhammad Yunus comme le microcrédit ont aussi leurs limites et ne doivent pas conduire à imaginer que la prise en charge par la société civile de ses propres problèmes pourrait pallier l'absence d'un Etat-développeur, soucieux d'investir dans l'éducation, les infrastructures, la santé. Même les institutions de microcrédit, en l'absence d'aide publique, peinent à se rentabiliser, compte tenu des coûts d'administration de multiples microprêts. Sauf à pratiquer des taux d'intérêt usuraires. ■

PH. F.

1. Voir www.danone.communities.com



Village de Madhupur, au Bangladesh. Produits localement, les yaourts de la Danone Grameen Food sont vendus à bas prix à des populations au pouvoir d'achat très limité.