

Chapitre 37 - *Utilité sociale et social-business*

1-L'EMERGENCE DU MODELE DE SOCIAL BUSINESS.

Les microstructures financières informelles existent depuis longtemps (Nisbet 1969, Hart 1973, Lelart 2002...). Le microcrédit a connu un développement considérable depuis la création de la Grameen Bank en 1976 (Yunus 2007). Aujourd'hui plus de 200 millions de personnes y ont recouru (contre 13 Millions en 1997), pour à peu près 20 Milliards de dollars d'encours. Il est présent dans pratiquement tous les pays du monde.

Ce succès, même s'il s'est révélé incontestable trouve en partie ses limites avec les conséquences du confinement institutionnel du risque (Holli, Garrabé, Michel 2009) rendant sa rentabilité alléchante pour les opérateurs privés. La plus importante institution de microcrédit Mexicaine Compartamos a permis par son introduction à Wall Street de multiplier par douze la valeur des actifs de ses actionnaires (Lemaitre F 2009). De plus associé à d'autres formes de microfinance (différence entre microfinance et microcrédit : Aghion et Murdock 2005), il est devenu un facteur de surendettement (...).

De surcroît, à l'expérience, M.Yunus a constaté que l'accès au crédit ne permettait pas de résoudre tous les problèmes ni de satisfaire tous les besoins des populations pauvres, loin s'en faut. Les questions de santé, d'hygiène de communication, de déplacement etc...nécessitent pour être traitées des investissements conséquents pour lesquels le microcrédit n'est pas un instrument adapté.

La solution de l'intervention publique est une réponse insuffisante du fait à la fois de l'inertie administrative de la corruption et surtout de l'endettement public récurrent. Restait le partenariat privé-social souvent activé, mais dont M.Yunus constata les limites, ce qui le conduisit à proposer en mars 2006, une modalité originale en partenariat avec l'entreprise Danone, un social business : la société Grameen Danone Food au Bangladesh¹.

La question que nous souhaitons étudier ici est celle de l'apport de ce modèle de Social Business du point de vue de la production d'utilité économique et sociale par rapport aux structures traditionnelles de l'économie sociale et solidaire (OESS) que nous connaissons.

2-DEFINITION ET PLACE DU MODELE DE SOCIAL BUSINESS.

A-DEFINITION.

Pour M.Yunus (2007) : « Un social business est une entreprise comme une autre. Sauf qu'une entreprise normale n'a qu'un but : gagner de l'argent, et en gagner encore plus. Comme toute entreprise, l'entreprise de social business, devra réfléchir à la manière de gagner de l'argent et d'équilibrer ses comptes, afin d'être financièrement viable. Mais ce n'est pas son objectif premier et elle ne cherchera pas à maximiser ses profits au détriment de l'objectif « social » qu'elle s'est fixé.... Un social business est une entreprise orientée vers une cause davantage que vers le profit ».

Un des enjeux majeur de ce nouveau modèle économique, selon son auteur, est l'amélioration des conditions de vie d'une population, par la satisfaction de besoins de

¹ www.danonecommunities.com

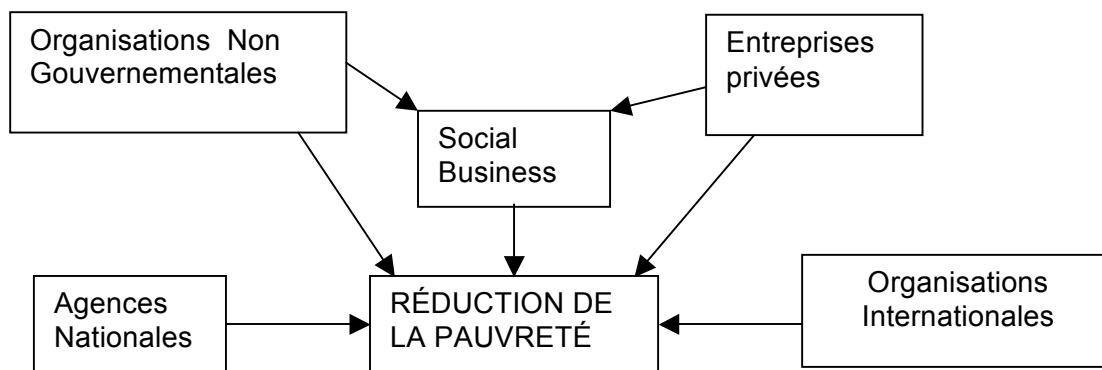
proximité, dans le cadre d'une activité économique durable respectueuse de l'environnement et utilisant les ressources locales.

Pour Muhammad Yunus, «c'est une opportunité unique de créer une société à forte dimension sociale, c'est-à-dire une entreprise dont l'ambition n'est pas de maximiser les profits mais de servir les intérêts de la population, sans, pour autant, subir de pertes. Ce projet de petite envergure sera peut-être à l'origine d'un tout nouveau type de marché qui saura changer les fondements économiques du monde »².

L'ambition est conséquente, à la mesure de l'enthousiasme de son auteur.

B-PLACE DU SOCIAL BUSINESS DANS LA LUTTE CONTRE LA PAUVRETE.

On peut retenir cinq types de structure permettant de lutter contre le développement de la pauvreté dans les pays du sud. Chacun ayant ses particularités dont les avantages et inconvénients sont d'ailleurs à préciser.



a-Le secteur privé, cela a souvent été dénoncé, apporte à la réduction de la pauvreté des réponses contradictoires. Il favorise les facteurs de réduction par l'innovation et les gains de productivité qu'il permet, mais il favorise aussi les facteurs d'accroissement de la pauvreté en déclassant les activités les plus fragiles, en sous payant les ressources et en déplaçant les actifs au gré des opportunités de la rentabilité financière.

(question : identifier les éléments positifs et les éléments négatifs dans le rôle du marché dans la réduction de la pauvreté)

b-Les Agences Nationales servent d'acteurs intermédiaires entre les acteurs de terrain et le gouvernement. Elles sont peu nombreuses le plus souvent, disposent de compétences mal définies et de moyens financiers insuffisants

(question : quelles sont les limites de l'action des agences dans la réduction de la pauvreté ? Exemples ?)

c-Les O.N.G. ou les fondations, par leur action multi-sectorielle jouent un rôle considérable dans la réduction de la pauvreté. Elles présentent cependant de nombreuses limites dans l'efficacité de leurs actions, limites liées à des causes surtout institutionnelles et financières. Dans cette perspective un des dangers importants, est le risque d'instrumentalisation de ces

² www.thebuzzness.info/index.php?post/2008/05/16/Le-social-business-%3A-arme-contre-la-pauvrete-massive -

organisations. Par l'Etat national lorsqu'il s'agit d'O.N.G nationales. Par l'Etat d'accueil et/ou l'Etat financeur lorsqu'il s'agit d'O.N.G. internationales.

(question : quelles sont les limites de l'action des O.N.G. dans la réduction de la pauvreté ? Exemples ?)

d-Les Organisations Internationales. Qu'il s'agisse de la banque mondiale (BM) de la FAO, du FIDA, du PNUD, de l'OMS, ou d'autres, tous ces organismes concourent par leurs actions à réduire les conditions de la pauvreté ou ses effets. Leurs programmes ont pour but de réduire la malnutrition, par exemple, apporter l'eau ou l'électricité dans des zones reculées d'un pays, améliorer la production agricole, faire reculer le nombre d'analphabètes, etc.

e-Le Social Business. Pour tout le monde, business, signifie recherche de rentabilité financière (profitabilité). Pour M.Yunus porteur du concept de Social Business, comme nous l'avons souligné, la rentabilité financière doit rester au cœur de la démarche d'entreprise mais ne pas en être la raison d'être. La raison d'être de l'activité est sociale, elle, concerne la lutte contre la pauvreté comme condition d'accession au développement. Il ne s'agit donc pas de considérer l'entreprise comme une organisation à vocation exclusivement sociale ou humanitaire mais de proposer une organisation d'un type nouveau rentable financièrement et socialement.

Le partenariat à l'origine d'un Social Business, n'est pas obligatoirement entre une OESS et une entreprise privée. Les partenaires peuvent être des personnes privées, ou même un opérateur public, ou n'importe quel combinaison d'investisseurs (Yunus 2008 p55). Même si naturellement il s'agit plutôt de joint venture entre OESS et entreprise privée.

3-LE SOCIAL BUSINESS comme REPONSE AUX LIMITES DES OESS.

Pour comprendre la genèse du modèle du social business, il faut tout d'abord revenir sur les limites du modèle des OESS. On peut résumer ici quelques unes des principales difficultés qu'il rencontre dans la pratique.

A-LA DEPENDANCE VIS-A-VIS DES DONATEURS.

L'exigence de mobiliser en permanence des moyens financiers parfois considérables, consomme le temps et l'énergie des dirigeants des OESS, dans leur recherche de partenaires financiers, au détriment de leur action d'organisation et de leur recherche d'efficacité. De plus l'existence de financements publics est parfois l'occasion de l'instrumentalisation de leurs actions, ce qui peut les conduire à ne pas atteindre les objectifs fixés.

B-L'EXIGENCE D'EFFICACITE

La forte compétence professionnelle des acteurs dans les domaines d'intervention des OESS (santé, économie, formation...) n'implique pas nécessairement une bonne expérience gestionnaire. D'autant plus que les contraintes du marché n'existent pas ou peu. De telle sorte que les OESS ne sont pas astreintes à une obligation de résultat. La conséquence en est qu'elles peuvent s'attacher plus à l'action qu'à ses résultats, et ne pas avoir les effets économiques et sociaux escomptés.

C-LA NECESSITE DU BENEVOLAT.

Le recours au bénévolat est une pratique générale dans le fonctionnement des OESS, pour des raisons qui tiennent aux contraintes financières qui pèsent sur elles. Le problème est

que leur action, dans le cas d'une importante présence bénévole, dépendra de la motivation de ces personnels qui ne dépend à son tour que de leur exigence morale. Même si celle-ci est remarquable, en bien des circonstances, cela peut ne pas être suffisant pour atteindre les objectifs.

D-LA GRATUITE DES PRESTATIONS.

La gratuité des prestations est en général la règle de la pratique des OESS. Or celle-ci peut avoir des conséquences dommageables de gaspillage, les exemples sont nombreux (eau, lait en poudre...). Naturellement cette gratuité reste cependant dans bien des cas pour des raisons de faiblesse de revenu, la seule solution. Parfois même la rémunération apparaît comme efficace (vaccination en Inde Duflo E. (2010)). Pourtant, la participation financière, même faible, semble réduire les risques de gaspillages et se produire du « *concernement* » (au sens de Kolm S.C.). Ainsi Grameen Kalvan (organisme de protection sociale au Bangladesh), offre actuellement avec ses partenaires Pfizer, GE Healthcare et MayoClinic, une microassurance de santé pour 1,73\$ par an.

Pour ces raisons et pour d'autres encore, le fonctionnement des OESS et leur efficacité à régler certains problèmes de développement (santé, éducation, économie) à été contestée. M Yunus (2007), a même été jusqu'à déclarer. : « *En dépit de tout le bon travail réalisé par les organisations à but non lucratif, les ONG et les fondations, on ne peut s'attendre à ce qu'elles soignent les maladies sociales du monde. La nature même de ces organisations rend cela littéralement impossible* »³.

Pour Yunus en effet, le Social Business comme joint venture Fondations/ONG-Secteur Privé, est une solution qui règle un certain nombre des questions posées par les limites des OESS.

4-EXPERIENCES RECENTES DE SOCIAL BUSINESS.

A- GRAMEEN PHONE.

Grameen phone est la première expérience de joint-venture social tenté par Grameen avec l'entreprise Norvégienne Telenor. Grameen phone était une filiale à 62% de Telenor, et 38% Grameen. Créée en 1996, elle n'a pas respecté les principes de non lucrativité de Grameen et de plus s'est révélée ne pas respecter la législation du travail du Bangladesh. En fait Telenor a refusé de transférer la propriété de l'actif aux membres de Grameen phone, au bout de six ans comme cela était prévu initialement, et a rapatrié les profits en Norvège. Grameen actionnaire minoritaire n'a rien pu faire pour l'en empêcher.

B-GRAMEEN DANONE.

L'objectif de cette entreprise est de produire au Bangladesh un produit alimentaire contenant des nutriments de base pour les enfants. Un accord a été passé en 2006, après une rencontre entre F.Riboud et M.Yunus à Paris, et une usine de production de yaourt la Grameen Danone Food Lmd, a été construite. Elle produit le « Shokti Doi » (yaourt qui rend fort) et le commercialise à 6 cents d'€ (en 2008). Le choix technique qui a été retenu fut un processus peu automatisé, utilisant beaucoup de main d'œuvre. La vente est assurée par les Grammen Ladies. Le but est de concilier trois objectifs:

- la satisfaction d'un besoin prioritaire, une alimentation enrichie pour les enfants,
- une création d'emploi productifs durables,
- l'utilisation de ressources locales (le lait) de petits producteurs, par ailleurs aidés par le microcrédit de Grameen Bank.

³ Yunus M (2008 ed Fr) :Vers un nouveau capitalisme Paris JCLattes (p 37).

C-GRAMEEN-VEOLIA WATER LTD.

Veolia s'est associé à la Grameen Bank, afin d'apporter de l'eau potable dans les zones rurales les plus démunies du Bangladesh (à Goalhari). Financée à 50% par Veolia Water AMI (Zone Afrique, Moyen-Orient, Inde) et à 50% par Grameen Healthcare (spécialiste du social business dans les domaines de l'hygiène et de la santé), la Grameen-Veolia Water Ltd, a pour ambition d'assurer l'exploitation de plusieurs usines de production et de traitement de l'eau dans les villages déshérités du Bangladesh. En effet la grande majorité des nappes phréatiques se révèle, pour des raisons géologiques, contaminée par l'arsenic dans des proportions souvent dangereuses pour la santé.

Dans le cas de la première usine, l'approvisionnement en eau se fera à partir du fleuve à proximité du village de Goalhari. L'eau traitée, rendue potable sera distribuée à travers un réseau jusqu'à des bornes-fontaines.

En fonction des principes du social business « pas de pertes, pas de dividendes », l'investissement devrait être remboursé par les factures d'eau réglées par les habitants, ce qui permettra de financer l'expansion du projet et ultérieurement de réaliser des opérations identiques ailleurs (source www.lesechos.fr).

D-GRAMEEN-PFIZER-GE HEALTHCARE-MAYO CLINIC.

Le département Grameen Health, de la Grameen Bank, a construit un partenariat avec Pfizer, GE Healthcare, et Mayo Clinic pour proposer des modèles durables de prestation des services de santé dans les pays en développement. Cela devrait concerner 4 Mds de personnes qui disposent d'un revenu inférieur à 3000\$.

Pfizer Inc est la plus grande entreprise mondiale de recherche pharmaceutique, GE Healthcare est le premier fabricant mondial de dispositifs médicaux tels que l'échographie et le scanner ou l'IRM, et Mayo Clinic est une fondation (Mayo Health System) regroupant des établissements hospitaliers aux USA.

L'objectif est de développer un Social Business dans le système de santé en milieu rural, pour atteindre d'avantage de pauvres. Le but comme pour les autres SB est une opération doublement avantageuse pour l'entreprise (même si l'avantage n'est pas exporté) et pour les patients. Le modèle devrait être transférable à d'autres systèmes de prestation de soins.

Le programme de la collaboration devrait concerner les points suivants :

- La mise en œuvre de programmes de prévention et de programmes de promotion de santé infantile et de nutrition. Ce sont les mesures les plus rentables socialement en matière de soins de santé abordables.
- Analyser les moyens d'élargir et d'améliorer la prestation actuelle à faible coût des micro-programmes de santé et d'assurance des cliniques Grameen Health .
- Développer des programmes de formation continue pour les infirmières, les techniciens et les médecins.
- Examiner l'efficacité opérationnelle et la portée des services dans les cliniques Grameen Health (par exemple, la télémédecine, les soins de santé mobiles).

Pfizer devrait fournir un appui technique et de conseil pour évaluer les systèmes existants de prestation de soins de santé au Bangladesh Grameen. GE Healthcare permettra de tester la

capacité de l'échographie dans les cliniques rurales, pour la détection précoce des anomalies infantiles, et la Mayo Clinic travaillera à améliorer la formation, et l'efficacité du personnel existant dans les cliniques de Grameen Health.

Pfizer est le plus grand laboratoire de recherche pharmaceutique et biomédicale, avec 85.000 collaborateurs dans plus de 150 pays. Selon l'OMS, près d'un tiers des molécules contribuant aux médicaments essentiels sont des produits fabriqués par Pfizer.

www.pfizer.com.

GE Healthcare propose des technologies médicales et des services de diagnostic aux cliniciens du monde entier. La gamme de ses produits et de services permet aux acteurs des systèmes de soins de mieux diagnostiquer précocement et traiter certaines maladies comme le cancer, les maladies cardiaques, les maladies neurologiques ainsi que d'autres pathologies. www.gehealthcare.com

Mayo Clinic est le premier groupe de production de soins privé. Plus de 3.300 médecins, scientifiques, et chercheurs et 46 000 personnels de santé. Mayo Clinic, possède des hôpitaux à Rochester, au Minnesota, Jacksonville, en Floride, et Scottsdale / Phoenix qui traitent plus d'un demi-million personnes par an. www.mayoclinic.com

E- GRAMEEN BANK ET ADDIDAS.

Addidas se lance dans la production de chaussures de sport (à 1€) au Bangladesh, en partenariat avec Grameen Bank, pour des consommateurs ne à faible ou très faible revenu. L'objectif est ici aussi sanitaire, « protection fiable face aux infections multiples des pieds et leurs conséquences dommageables pour les personnes et particulièrement les enfants ».

« Selon une dépêche de l'AFP du 13 novembre 2009, Adidas, le numéro 2 mondial des équipements sportifs, a décidé de lancer en 2010 un projet-pilote pour développer, produire et commercialiser des chaussures de sport au Bangladesh ; un projet qui va dans le sens du "+social business+", le concept d'entreprenariat prôné par Muhammad Yunus, prix Nobel de la paix 2006 et inventeur du micro-crédit pour les pauvres. L'objectif est de proposer des chaussures qui offrent une protection fiable face aux infections vermifuges très répandues et nocives et ce à un prix abordable pour la population pauvre ; ce prix pourrait être de moins d'un euro la paire, selon la presse allemande. A lire ou relire sur ce thème, un article de François d'Ormesson traitant du concept d'investissement socialement responsable ("Vers une nouvelle philanthropie : une réelle perspective européenne? "document n° 9 à télécharger sur le [site d'EVPA](http://carinebenedictus.wordpress.com/tag/social-business)). (<http://carinebenedictus.wordpress.com/tag/social-business>)

5-LES CARACTERISTIQUES DU MODELE DE SOCIAL BUSINESS.

Le S.B. n'est pas une organisation charitable « c'est du business » : déclaration de Guy Gavelle (Danone), concepteur de l'usine Grameen Danone Food Lmd au Bangladesh). Mais du business que l'on pourrait qualifier de business **à rentabilité limitée**.

A-UNE COUVERTURE DES COUTS DE PRODUCTION SANS SUBVENTION.

Le fondement du modèle pourrait se définir comme celui d'une entreprise privée qui réalise et distribue, sur un marché concurrentiel, une production marchande destinée à une population traditionnellement laissée pour compte par le marché et recherchant une rentabilité financière limitée.

L'entreprise doit couvrir ses coûts tout en atteignant son objectif social. « *Dans le monde contemporain de nombreuses organisations se concentrent sur la création de bénéfices sociaux, la majorité ne couvrent pas leurs coûts* » (Yunus 2007). Cela conduit leurs

dirigeants à consacrer une part considérable de leur temps et de leur énergie à rechercher des financements toujours précaires.

B-CONTRAIREMENT AUX EOSS, DANS UN S.B. LES INVESTISSEURS PEUVENT RECUPERER LEUR MISE INITIALE.

Comme le signale Yunus M. (2008), les propriétaires ont le droit de récupérer leur investissement. Il ne s'agit donc pas d'activités caritatives. L'opération d'investissement se caractérise par l'acceptation d'un taux de rendement monétaire nul. Est-ce à dire qu'il n'y a pas de contrepartie à la mobilisation de son capital pour un opérateur privé. Certainement pas, mais il s'agit probablement d'un investissement en image pour une entreprise privée.

C-UNE RENTABILITE FINANCIERE LIMITEE.

De fait, ce qui caractérise le mieux le social business est qu'une telle entreprise arbitre entre la rentabilité financière et la rentabilité économique. En effet la rentabilité financière est recherchée pour satisfaire la contrainte de récupération de l'investissement initial engagé, mais l'objectif ne va pas au-delà. Il y a limitation volontaire de l'objectif de rentabilité financière. En fait le but est prioritairement l'équilibre financier, et si une marge est possible elle doit permettre de dupliquer l'opération. Mais en toute circonstance le principe est le respect du surplus du consommateur, sans qu'il soit visé à son appropriation.

D- UN S.B. NE DISTRIBUE PAS DE DIVIDENDES, LES PROFITS SONT REINVESTIS DANS L'ENTREPRISE.

L'engagement de l'entreprise privé de ne pas réaliser de bénéfice pour son propre compte reste un engagement résiliable (cas de l'entreprise Norvégienne Telenor) Le cas de Telenor qui a décidé de rapatrier ses profits montrerait plutôt que le social business est fragile de ce point de vue.

Dans le cas d'un partenariat OESS-entreprise privée par exemple, la question est de savoir s'il s'agit d'un véritable nouveau modèle d'entreprise marchande, ou s'il s'agit d'une restriction volontaire et temporaire de profitabilité, obéissant à des objectifs stratégiques.

E- UNE EFFICACITE SOCIALE RENFORCEE.

a- Ce partenariat original contribue à l'intégration des populations dans l'économie locale en apportant une solution immédiatement opérationnelle et efficace en réponse à un besoin fondamental à un « prix social ». On pourrait définir le prix social comme un prix incorporant une ristourne résultant du partage de la marge potentielle non prélevée.

b-En stimulant économiquement la région, le projet établit un pont entre les entreprises partenaires et la population démunie pour un gain mutuel. Dans le cas du S.B. impliquant Veolia par exemple, au-delà du service rendu en eau potable, il s'agit aussi d'investir dans la sensibilisation et l'éducation de la population à propos des normes d'hygiène⁴.

c-Un projet qui s'étendra aux régions voisines, ouvrant la voie au développement d'infrastructures durables.

G-GOUVERNANCE O.E.S.S. ET GOUVERNANCE DU SOCIAL BUSINESS.

⁴ <http://www.veolia.com/fr/slideshows/eau-pour-tous.htm>

O.E.S.S.	SOCIAL BUSINESS
1-PRINCIPE DE PRIMAUTE DU PROJET	
<p>Les organisations de l'économie sociale développent des formes d'entreprises originales qui sont des groupements de personnes fondés sur des valeurs de solidarité et de pratique du partenariat.</p> <p>Ces organisations sont avant tout des groupements humains mettant au premier plan les liens sociaux constitutifs d'une action au service de valeurs religieuses ou humanistes. La relation Valeurs-Liens-Actions est déterminante de l'originalité du fonctionnement des OESS.</p> <p>L'objectif premier n'est en principe jamais prioritairement, la production de biens ou de services⁵, sinon implicitement, il y aurait confusion avec le secteur privé. Cela parce que la poursuite de l'activité productive comme objet central du fonctionnement, recouvre nécessairement la recherche du profit.</p>	<p>Pour les S.B. le principe de la primauté du projet préside à son fonctionnement. Il s'agit de lutter contre la pauvreté et cela est une priorité de l'action.</p> <p>Bien que le statut juridique de l'entreprise soit de type privé, les conditions de la production et de la commercialisation obéissent à des conditions qui ne sont pas celles de la recherche du profit maximum mais celles de l'accession aux différentes formes de capacités humaines sociales et économiques des populations concernées.</p> <p>Au contraire des entreprises privées traditionnelles, la production de capacités d'accès est considérée comme prioritaire.</p> <p>Du point de vue de ce critère les OESS et le SB poursuivent des objectifs communs.</p>
2-LE PRINCIPE DE LIBRE ADHESION.	
<p>Le critère de libre adhésion implique qu'aucune discrimination ni barrière à l'entrée ne viennent limiter cette mise en commun, par des personnes physiques ou morales, de capacités et moyens professionnels, physiques, intellectuels ou monétaires, dans le but de produire ensemble et à leur propre usage un bien ou service donné.</p>	<p>Au contraire du critère précédent, il n'y a pas concordance entre OESS et SB du point de vue de la liberté d'adhésion.</p> <p>Le SB sélectionne ses salariés et ses partenaires financiers et commerciaux. Cependant comme le S.B. produit pour une population laissée pour compte par le marché, les possibilités d'adhésion sont renforcées, même si le principe n'est pas la libre adhésion.</p> <p>(vérifier dans yunus qui parle des clients-adhérents) ?</p>
3-LE PRINCIPE D'EGALITE DES MEMBRES	
<p>Ce principe fondamental, synthétisé par la formule traditionnelle : « une personne = une voix », connaît des modalités d'application différentes selon que l'on considère la composante coopérative, mutualiste ou associative du secteur de l'Economie sociale.</p>	<p>Les décisions sont prises en fonction des structures de gouvernance de l'entreprise privée.</p>

⁵ On parle à cet égard de primauté du « lien » sur le « bien ».

<p>En ce qui concerne les coopératives, le principe de la décision repose sur l'égalité des voix, à l'assemblée générale, de chaque membre participant à l'activité indépendamment, du nombre de parts sociales souscrites.</p>	
4-LA PRODUCTION DE VALEURS ECONOMIQUES ET SOCIALES.	
<p>Les entreprises du secteur de l'Economie sociale sont productrices de valeurs ajoutées économique marchande et non marchande, et d'une valeur ajoutée sociale. C'est cette combinaison qui en fait la caractéristique productive principale. On parlera de production d'utilité économique et sociale⁶.</p> <p>Le fait que le secteur reçoive des subventions et donc que le calcul de la valeur ajoutée nette exige la déduction de ces dernières, ne constitue pas une particularité, de même que l'existence d'une production jointe. De telles situations se rencontrent assez fréquemment dans les autres secteurs économiques.</p> <p>Néanmoins, il faut souligner le fait que plus encore que pour toute autre forme d'organisation, l'output des entreprises d'économie sociale ne saurait être seulement appréhendé à partir de la fonction de production explicitement mise en oeuvre.</p>	<p>Les productions de biens et services sont des productions marchandes à effets externes sociaux et sociétaux.</p>
5-LE PRINCIPE DE NON LUCRATIVITE.	
<p>1-L'activité doit entrer strictement dans le cadre de l'activité générale désintéressée de l'association et contribuer par sa nature, et non simplement sur le plan financier, à la réalisation de cet objet.</p> <p>2-La gestion de l'association ne doit procurer aucun profit matériel direct ou indirect à ses fondateurs, dirigeants ou</p>	<p><u>A-Un S.B. rembourse aux investisseurs leur mise de fond initiale.</u></p> <p>Un des principes de base du S.B. est que l'investisseur initial récupère sa mise de fond au bout d'un certain temps. Dans ce cas, l'altruisme ne porterait que sur le sacrifice du taux de rendement, pas sur la valeur de la mise de fond. L'acte altruiste ne concernerait que le renoncement à la</p>

⁶ Voir infra Chapitre 26 La mesure de l'utilité sociale.

<p>membres.</p> <p>3-La réalisation d'excédents de recettes ne doit pas être systématiquement recherchée.</p> <p>4-Lorsqu'ils existent, les excédents de recettes doivent être réinvestis dans l'oeuvre elle-même.</p> <p>Ce dernier critère ne signifie pas que les entreprises d'Economie sociale ne sont pas préoccupées par la question des bénéfices. Celles-ci se doivent en effet de réaliser des « excédents de gestion », ne serait-ce que pour assurer la pérennité de leur existence ainsi que leur développement futur.</p> <p>Les organisations d'Economie sociale se différencient toutefois des entreprises classiques à but lucratif par leurs modalités particulières d'appropriation et de répartition de ces excédents.</p> <p>Deux modalités découlent elles-mêmes de l'application du principe de non-domination du capital, c'est-à-dire d'une primauté donnée à la gestion de service, en liaison avec le volume d'activité, sur la gestion de rapport.</p> <p><u>1-L'impartageabilité de l'actif net.</u></p> <p>Cette règle de l'impartageabilité de l'actif net des organisations d'Economie sociale, s'applique quasiment de façon identique aux coopératives, aux mutuelles et aux associations.</p> <p>A la dissolution, les membres des associations ou des mutuelles n'ont aucun droit d'appropriation sur l'actif disponible, celui-ci devant être attribué à un organisme de même nature.</p> <p>Pour les coopératives, les associés n'ont droit qu'au remboursement de leur part à la valeur nominale ; l'excédent de liquidation étant dévolu à une autre</p>	<p>fructification du capital. L'investisseur accepte le seul maintien de la valeur constante du capital dans le temps, c'est à dire sa valeur capitalisée au taux moyen d'inflation. (à vérifier : voir quel taux d'inflation est retenu ; quand est remboursé la mise initiale... pour Danone par exemple).</p> <p><u>B- Dans un S.B., les bénéfices réalisés restent au sein de l'entreprise</u></p> <p>Pour se développer, le S.B. doit être rentable mais une fois que les investisseurs ont recouvré leur mise, les bénéfices restent au sein de la société. « L'entreprise elle-même peut réaliser des profits, mais les investisseurs qui la soutiennent, ne retirent aucun bénéfice de son activité » (Yunus 2007 p52). Il y a « abandon de profit ». Pourquoi dans ces conditions les investisseurs mobiliseraient des fonds dans un S.B. ? Par altruisme ou philanthropie ? Pas seulement,</p> <p><u>C-L'investisseur initial reste propriétaire de l'entreprise.</u></p> <p>Un S.B. concilie, par principe, efficacité et altruisme. Ce qui peut en partie expliquer l'altruisme, est le fait que « une fois que l'entrepreneur a récupéré son argent, il reste propriétaire de l'entreprise, et il participe ainsi à la définition de son activité future » (yunus 2007 p58). Il y a donc un retour sur investissement qui se mesure comme un flux monétaire équivalent aux échéances de remboursement du capital revalorisé de l'inflation.</p> <p><u>D-L'investissement dans un S.B. s'analyse comme une capitalisation d'image.</u></p> <p>La rentabilité d'un investissement dans un S.B. peut s'analyser comme un investissement en image. Les joint-venture de S.B. cumule les avantages d'image en véhiculant la notoriété d'une</p>
--	---

coopérative, à une fédération ou à une oeuvre d'intérêt général.	marque Danone, associée à celle d'une organisation prestigieuse (Grameen). Ce qui donne comme nom pour le S.B. en l'espèce : Grameen-Danone.
2-L'appropriabilité collective des excédents.	
En vertu de la règle d'appropriation collective des excédents, ceux-ci doivent être partagés proportionnellement à la participation de chacun des sociétaires à l'activité. Cette règle connaît néanmoins des modalités d'application différentes selon que l'on considère le fonctionnement d'un organisme coopératif, mutualiste ou associatif.	
6-LE PRINCIPE D'INDEPENDANCE.	
Comme le rappelle C. Vienney ⁷ , c'est à partir du moment où l'Etat a reconnu les coopératives comme capables d'atteindre, avec plus d'efficacité que la puissance publique, des objectifs spécifiques propres à certains secteurs d'activités, qu'elles sont parvenues à acquérir une identité propre. Leur développement s'est donc inscrit dans ce que cet auteur appelle, reprenant une expression introduite par A. Delorme ⁸ , un "compromis institutionnel". Cette analyse peut être sans restriction étendue à l'ensemble des organisations constitutives du secteur de l'Economie sociale.	A- Un S.B. est autonome financièrement, c'est à dire non subventionné.
En outre, ces associations ne semblent pas devoir être exclues au regard du critère d'indépendance vis à vis des pouvoirs publics, dans la mesure où elles sont justement créées par des enseignants/chercheurs afin de se ménager une certaine latitude par rapport aux lourdeurs administratives.	Un S.B. fonctionne comme une entreprise privée « classique » c'est à dire sans subvention, dans les conditions concurrentielles du marché sur lequel elle s'exprime. Il faut cependant préciser que le S.B. est conçu pour apporter une production de biens ou de services à des catégories de consommateurs qui sont exclus traditionnellement du marché en raison de leur pauvreté. De fait, donc, les biens et services du S.B. sont « réservés » à cette population, c'est à dire qu'ils sont conçus spécialement et leurs prix étudiés en conséquence. Dans ce sens peut-on parler de concurrence ? De fait il n'y a pas de barrière à l'entrée sur le marché, si ce n'est que les conditions de la production retenues par le S.B. ne sont pas acceptables par tous les producteurs.
7-LE PRINCIPE DE DEMOCRATIE.	
Le principe d'égalité ainsi que celui d'indépendance constituent des	Ce principe n'est pas exigé dans le fonctionnement d'un S.B. Sa structure et

⁷ C. Vienney, (1985) "L'organisation coopérative comme instrument de politique économique" - Revue des Etudes Coopératives n° 16, 4ème trim..

⁸ A. Delorme, (1983.) : "L'Etat et l'Economie" - Seuil,

<p>conditions nécessaires à l'instauration d'une véritable démocratie à l'intérieur de toute organisation de l'Economie sociale. Ils n'en constituent toutefois pas des conditions suffisantes.</p> <p>Le principe de démocratie exige également l'existence d'une réelle vie statutaire, ce qui implique, entre autres, le respect d'une certaine régularité dans la tenue des réunions institutionnelles (Bureau, Conseil d'Administration, Assemblée Générale), ainsi que la mise à la disposition des Administrateurs de moyens leur permettant d'exercer effectivement leur mandat (documents d'information, etc...).</p>	<p>ses principes de gouvernance sont ceux des entreprises privées.</p>
<p>8- LE PRINCIPE DE SOLIDARITE.</p>	
<p>La question de la délimitation précise du champ de l'économie sociale apparaît particulièrement importante à un moment où plusieurs évolutions conduisent, de façon plus ou moins directe, à s'interroger sur la spécificité identitaire des organismes constitutifs du secteur :</p> <p>Le renforcement de la logique concurrentielle, notamment dans le cadre du passage à l'Euro et de la mondialisation économique, n'est notamment pas étrangère au phénomène de « démutualisation » que l'on peut observer, en particulier dans les pays anglo-saxons. Trois raisons essentielles semblent expliquer ce phénomène.</p>	<p>Le principe de solidarité n'est pas requis explicitement. Néanmoins il faut constater que le partage de la marge potentielle, dans le calcul du prix social, relève d'un objectif de responsabilité solidaire vis-à-vis de la réduction de la pauvreté.</p>

h-COMPARAISON SYNTHETIQUE DE CINQ MODELES REFERENCE.