Document generated on 04/24/2024 8:23 p.m.

Revue internationale de l'économie sociale
Recma

Vers un nouveau capitalisme, Mohammad Yunus. JC Lattès, Paris, 2008, 381 p.

François Doligez

Number 308, May 2008

URI: https://id.erudit.org/iderudit/1021175ar
DOI: https://doi.org/10.7202/1021175ar

See table of contents

Publisher(s)

Association Recma

ISSN

1626-1682 (print)
2261-2599 (digital)

Explore this journal

Cite this review

Doligez, F. (2008). Review of [*Vers un nouveau capitalisme*, Mohammad Yunus. JC Lattès, Paris, 2008, 381 p.] *Revue internationale de l'économie sociale*, (308), 90–93. https://doi.org/10.7202/1021175ar

Tous droits réservés © Recma, 2008

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

NOTES DE LECTURE

Vers un nouveau capitalisme
Mohammad Yunus.
JC Lattès, Paris, 2008, 381 p.

Dix ans après son autobiographie, dans un style enthousiaste et que d'aucuns rangeront dans la catégorie des *storytellings*, Mohammad Yunus, fondateur de la Grameen Bank du Bangladesh et, avec cette institution, prix Nobel de la paix en 2006, développe l'idée de « social-business » censée réconcilier la puissance du capitalisme, l'éradication de la pauvreté et la réduction des inégalités.

L'ouvrage, qui narre en prologue la rencontre avec le PDG de Danone, présente ce nouveau concept en trois parties. La première développe la promesse du social-business. La deuxième retrace l'histoire de la Grameen Bank et ses prolongements. La troisième étudie les possibilités d'élargissement de cette idée d'« entreprise à vocation sociale ». Elle aborde également les visions de l'auteur sur le potentiel des NTIC et les menaces qui pèsent sur la prospérité mondiale, notamment en raison du réchauffement climatique et du creusement des inégalités mondiales, Nord-Sud en particulier. Le discours de réception du prix Nobel est présenté en annexe.

Par ce plaidoyer vigoureux, qu'est-ce que l'auteur entend par social-business, quelle signification – et quelle aporie – face à l'économie sociale et la globalisation ?

Un nouveau concept, le social-business

M. Yunus entend par social-business deux types d'organisations censées contribuer au développement économique (p. 62) et que l'on peut rapprocher des définitions de l'entreprise sociale et de l'entreprise solidaire [1] :

- le premier correspond à *« des entreprises qui cherchent à produire des avantages sociaux plutôt qu'à maximiser le profit revenant à leurs propriétaires. Elles sont détenues par des investisseurs désireux de contribuer à procurer des bénéfices sociaux comme la réduction de la pauvreté, les soins médicaux pour les pauvres, la justice sociale, le développement durable, etc. »* ;
- le second est assez différent, ce sont *« des entreprises cherchant classiquement à maximiser le profit, mais détenues par les 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 lutter contre la pauvreté et même à y échapper ».*

Dans sa conception, dans les deux cas les pauvres sont bénéficiaires, soit par l'accès à de nouveaux biens et services fournis par les entreprises, soit par la valorisation de leurs actifs. Un modèle économique d'entreprise basé sur une *« tarification conforme au principe de Robin des Bois »* avec subvention croisée permettant d'abaisser les coûts d'accès aux biens et services pour les plus pauvres (p. 169) peut permettre d'atteindre cette mission sociale.

Le social-business devient une forme d'entrepreneuriat social dans le champ économique. Ce projet est relié à l'histoire du mouvement coopératif (référence à R. Owen, p. 72), mais le risque que ce dernier ne tombe *« entre des mains égoïstes »* et ne se banalise comme entreprise capitaliste est soulevé dans l'ouvrage. Par ailleurs, les organisations à but non lucratif ne s'inscrivent pas dans ce schéma, faute *« d'échapper à la force gravitationnelle de la dépendance à la charité »* et faute d'investisseurs propriétaires qui garantissent les moyens financiers au social-business.

A l'appui de ce nouveau concept, M. Yunus rappelle, dans un premier temps, l'histoire de la Grameen Bank (p. 83-132) et la « révolution du

(1) Voir *Dictionnaire de l'autre économie,* Gallimard, Paris, 2006, respectivement pages 336 et 345.

microcrédit » sur laquelle on ne reviendra pas. Elle ne manquera pas, face aux débats qui font rage sur l'analyse des impacts socio-économiques de cette nouvelle forme d'innovation financière, de susciter de nombreux commentaires. Par exemple, dans le chapitre sur l'articulation avec le secteur bancaire (p. 131-132), est évoqué le cas des « groupes d'entraide » (SHG) refinancés par la Banque de développement publique en Inde (Nabard) alors qu'il fait l'objet de nombreuses controverses, notamment en termes d'« empowerment » des femmes [2]. Face à certaines dérives récentes comme l'illustre la plus-value dégagée par la capitalisation boursière d'une institution de microcrédit au Mexique (Compartamos [3]), M. Yunus prend garde, néanmoins, de différencier (p. 122) les programmes de microcrédit centrés sur la pauvreté et ceux maximisant le profit, censés élargir « l'inclusion financière » des catégories intermédiaires entre populations bancarisées (souvent moins de 30 à 40 % dans la plupart des pays émergents ou les pays les moins avancés).

Mais les social-business de type 1 sont plutôt inspirés des partenariats que la Grameen Bank a progressivement construits avec d'autres acteurs et, notamment, des organisations issues du milieu des affaires allant de la fondation d'entreprise à la multinationale. Vingt-cinq entreprises ont été créées et le livre restitue quelques expériences, comme les « dames téléphone » qui, en vendant du service téléphonique à partir de portables dans les villages, ont pu participer à la diffusion de ce nouveau moyen de communication désormais très répandu dans les pays du Sud. Le cas d'hôpitaux ophtalmiques construits dans le cadre d'un partenariat avec des centres chirurgicaux indiens est également mentionné. Enfin, une part importante de la deuxième partie est dédiée à l'expérience du montage du partenariat entre la Grameen Bank et Danone, partenariat destiné à délivrer des yaourts enrichis adaptés à la lutte contre la malnutrition des enfants pauvres au Bangladesh (p. 212-260). L'expérience relate l'histoire particulière du montage d'une filière courte agroalimentaire et de ses adaptations à un contexte culturel et économique spécifique pour chercher à en maximiser les effets socio-économiques locaux (et non le retour sur investissement de la multinationale). Elle illustre aussi le nouveau « paysage global » [4] dans lequel s'inscrit désormais le discours sur le développement économique et ses corollaires comme la visite de promotion du projet par Zidane, *« super héros pour tous les Bangladais »*.

Social-business et économie sociale

L'idée de social-business s'inscrit dans une approche élargie du libéralisme économique en tant que *« système de pensée prônant que l'échange marchand, guidé par le principe de la concurrence, sans autre intervention, est efficace tant économiquement que socialement, conduisant à la réalisation de l'intérêt général* [5] *»*.

Face à la « question sociale » globale que posent le problème de la pauvreté et l'accroissement des inégalités mondiales, la proposition développée par M. Yunus, malgré ses apparentes contradictions, rappelle « le registre libéral » des premières théories de l'association, tel que, selon Anne Fretel, l'ont développé Saint-Simon, Blanc ou Le Play au XIX[e] siècle. De fait, avant de basculer dans la logique de l'Etat social, l'association est censée pallier d'abord les « dysfonctionnements » de l'intervention publique, dès lors qu'elle outrepasse son rôle de promotion des régimes de concurrence et d'association (Fretel, 2008). On peut, dans la foulée de cette auteure, inscrire le social-business dans la dualité du rôle que peut occuper l'économie sociale et de sa mise en tension entre libéralisme économique et Etat social, compte tenu de la faiblesse de l'action publique

(2) Voir par exemple les travaux de différents chercheurs de l'Institut français de Pondichéry et de leurs partenaires indiens dans Guérin I. et Palier J., 2005, *Microfinance challenge : empowerment or disempowerment of the poor ?* IFP, Pondichéry, 384 p.

(3) Et par ailleurs critiqué par M. Yunus : *« Compartamos, ce n'est pas du microcrédit, c'est amasser des gains sur des pauvres prêts à tout pour de l'argent »* (*Business Week*).

(4) Voir Abelès M., 2008, *Anthropologie de la globalisation,* Payot, Paris, 280 p.

(5) Fretel A., 2008, « L'association comme réponse à la question sociale du XIX[e] au XX[e] siècle : d'un registre libéral à l'alliance à l'Etat social », in *Revue de la régulation, Capitalisme, Institutions, Pouvoirs,* n° 2, 2008, 30 p.

dans les pays en développement exsangues après des décennies de programmes d'ajustement structurel.

Sous cet angle, le social-business ne se situe pas dans les perspectives des autres conceptions de l'économie sociale qui, avec Charles Gide ou Jean Jaurès, définissent au début du XX[e] siècle une alternative socialisante au libéralisme. Pour rester dans le domaine des services financiers, on se souviendra que l'un des principes essentiels de la coopération de consommation qui fonde ces deux conceptions était le refus de la vente à crédit et que les banques coopératives et mutualistes sont fondamentalement des « caisses d'épargne et de crédit » [6]. Associant le crédit à l'épargne et donnant aux usagers le pouvoir, elle leur évite de connaître la situation de dépendance engendrée par l'endettement vis-à-vis d'un tiers, vers lequel peuvent dériver certaines formes de microfinance commerciale.

Ce faisant, c'est peut-être aussi négliger un peu vite une hypothèse inverse, qualifiée de « solidaire », qui verrait les associations – social-business compris– comme voie possible du renouvellement de l'Etat social en comblant le déficit démocratique dont il souffre et en proposant un nouveau modèle d'insertion. Toujours dans le champ de la finance, en particulier agricole et rurale, le débat en Amérique latine sur la nouvelle génération des « banques de développement », issues d'interventions publiques et caractérisées par des modèles renouvelés de « gouvernance mixte » et destinés à éviter de reproduire les échecs des banques étatiques des années 60 à 80, peut illustrer une forme de concrétisation de cette hypothèse [7].

Les problèmes qui se posent aux social-business comme aux associations et que développe M. Yunus renvoient à leur financement et à l'évaluation de leur utilité sociale. La solution proposée pour le financement passe par la création de fonds éthiques. Ceux-ci ont déjà une longue histoire, comme l'illustrent de nombreuses expériences dans le domaine de la microfinance, issues parfois de l'économie sociale, depuis la Sicav « Faim et Développement » organisée par le Crédit coopératif et finançant un fonds d'investissement spécialisé (la Sidi) jusqu'à la récente création de la Fondation Grameen-Crédit agricole. Pour l'évaluation sociale (et environnementale) des entreprises, la référence du *Global Reporting Initiative* (GRI) est proposée, mais face à un référentiel trop large et peu discriminant, l'innovation dans ce domaine est très importante. On peut mentionner, par exemple, les initiatives menées dans le cadre de la *Social Performance Task Force* des acteurs spécialisés dans la microfinance et qui suscitent aussi de nombreuses questions [8].

Enfin, la question de la gouvernance des organisations relevant du social-business est résolue par le charisme du dirigeant d'entreprise. Mais cette vision résiste mal à d'autres problèmes comme le risque de « dérive de mission » (type 1) ou la participation réelle, dans le deuxième type, des actionnaires censés garantir l'orientation de l'entreprise. Des conflits entre parties prenantes peuvent surgir, comme l'illustre l'évocation du cas de Grameen Telephone où la compagnie de téléphone norvégienne Telenor semble refuser de céder ses parts (p. 160). Par ailleurs, face à une organisation très hiérarchisée, censée concilier l'ancrage local et l'efficacité entrepreneuriale, de nouveaux problèmes risquent d'émerger comme celui de la disparité interne des rémunérations, à l'image des « stocks-options » de l'entreprise capitaliste.

Social-business et globalisation du « philanthrocapitalisme »

A travers le concept de social-business, M. Yunus critique fortement l'échec des institutions multilatérales (et bilatérales) focalisées par le décaissement de leur prêt et leur quête à tout prix de la « croissance » comme supplétif du développement économique et social. La notion d'entreprise

(6) Chomel A., 1999, « Coopération d'épargne et de crédit et microcrédit : Kafo-Jiginew, au Mali sud », in *Revue internationale de l'économie sociale,* n° 271.
(7) Trivelli C. et Venero H., Instituto de estudios peruanos, 2007.
(8) Doligez F. et Lapenu C., 2007, « Mesurer les performances sociales : les implications pour le secteur de la microfinance », in *Revue internationale de l'économie sociale,* n° 304, 2007, p. 46-62.

socialement responsable et sa contradiction fondamentale entre profits élevés et mission sociale ne semblent pas non plus à la hauteur du défi à relever, ce qui justifie la nouvelle approche du « social-business » faisant largement appel aux multinationales et aux grandes fondations anglo-saxonnes en plein développement.

Mais, dans le cadre de l'émergence d'un nouveau discours, et peut-être à terme d'un nouvel « esprit » [9], sur le développement du capitalisme global centré sur l'éthique – le philanthrocapitalisme [10] –, les social-business sont censés dépasser non seulement les dérives du capitalisme financier, mais également les formes moins performantes de l'action sociale – y compris la solidarité internationale –, notamment caritative. Là aussi, on peut analyser la proposition de M. Yunus à l'aune des débats sur la globalisation résumés par M. Abélès (2008). Ses critiques y verront un argument supplémentaire pour légitimer le projet néolibéral prônant l'ouverture et la liberté des échanges et la consolidation du capitalisme sans frontières afin d'élargir son espace géographique. Leurs contradicteurs évoquent le nouvel âge du capitalisme global rythmé par Internet et la mobilité du capital financier dont les principaux acteurs sont les firmes et les banques multinationales.

En ce sens, et dans ses différentes dimensions et ses différentes échelles géographiques – du local au global –, la proposition du social-business et de ses impacts ne saurait se soustraire à l'analyse des gagnants et des perdants qu'elle engendre.

François Doligez ●

(9) Voir Boltanski L. et Chiapello E., 1999, Le nouvel esprit du capitalisme, Gallimard, Paris, 843 p.

(10) Voir l'article de la revue *The Economist* sur la « naissance du philanthrocapitalisme », repris dans *Problèmes économiques*, n° 2 912, décembre 2006.

La gouvernance des entreprises coopératives

Sous la direction de Jorge Muñoz, Mario Radrigan Rubio et Yann Regnard. Presses universitaires de Rennes, février 2008.

Cet ouvrage reprend une sélection de papiers présentés lors d'un colloque à Brest en 2006. Publié aux Presses universitaires de Rennes, qui éditent de façon croissante des ouvrages dédiés à l'économie sociale, il illustre à la fois le regain d'intérêt pour ce mode d'organisation et la richesse des recherches en cours dans le champ des coopératives et plus précisément sur les questions de gouvernance.

Cet ouvrage, à dimension internationale, réunit des contributions de chercheurs de différents pays : France, Espagne, Québec et plus largement Canada, et Chili. Une telle dimension internationale n'est pas anodine, elle exprime l'ancrage coopératif à cette échelle. Plus précisément ici, elle est aussi le fruit d'une dynamique initiée en 2003 concernant la constitution d'un réseau international universitaire des études coopératives (Rulescoop) reliant tout particulièrement l'Europe et l'Amérique centrale et latine. Elle est enfin l'expression d'un questionnement qui dépasse les seules frontières nationales et qui est abordé à la lumière des sciences de gestion, de l'économie ou de la sociologie. Ce questionnement porte sur la capacité des coopératives à se développer sans « perdre leur âme » dans un marché toujours plus concurrentiel et mondialisé et dans un contexte de politiques économiques marquées par une orientation libérale affirmée. Les coopératives sont-elles en capacité d'introduire des formes de régulation, voire de proposer des alternatives productives au modèle dominant, et selon quelles modalités ? C'est la question générale qui traverse l'ensemble de l'ouvrage.

L'intérêt de l'ouvrage est aussi de rendre compte de la diversité du mouvement coopératif relativement à ses développements nationaux ou transnationaux, aux différentes formes de coopératives (de producteurs, de consommation,