

## **Echo du colloque** **« Entreprendre pour le développement »**

**Colloque organisé par l'AFD et IMS-Entreprendre pour la cité**  
*Paris, 9-10 décembre 2008*

Les formes d'engagement des entreprises françaises pour le développement des pays du Sud sont tellement variées qu'il est difficile de parler de coopération au singulier. Or bien souvent, nous manquons d'information au sujet des formes concrètes que peuvent prendre les actions menées par les entreprises du Nord dans les pays en développement.

Ces deux jours d'ateliers et de débats nous ont permis d'identifier, au sein de ce vaste panel d'actions et de visions du monde, au moins trois types d'initiatives que le secteur entrepreneurial peut mettre en œuvre pour contribuer à la réduction des inégalités nord-sud :

- 1 - les actions de mécénat ;
- 2 - l'achat de produits issus du commerce équitable ;
- 3 - l'impact de l'investissement direct dans les pays du Sud.

Derrière l'expression « entreprendre pour le développement » se cachent des façons très différentes de penser la lutte contre la pauvreté et la réduction des inégalités Nord-Sud...

### **1/ Les actions de mécénat portées par les salariés d'une entreprise**

La plupart des entreprises menant des actions de mécénat dans le domaine de la solidarité internationale privilégient les projets portés par un ou plusieurs de leurs salariés.

Concrètement donc, cela signifie qu'un porteur de projet dans un pays du Sud a tout intérêt à entrer en contact avec des salariés voulant bien relayer son initiative avant de formuler une demande de subvention ou de co-financement auprès de cette entreprise.

Il convient aussi de garder à l'esprit que les entreprises privilégient généralement les projets s'inscrivant dans leur domaine (ex : santé, voirie et équipement, eau et assainissement...).

Le mécénat des grandes entreprises peut prendre la forme d'une aide financière, mais il peut également s'agir d'une aide méthodologique. Ainsi par exemple, Véolia Environnement peut mandater une mission d'experts bénévoles faire une étude sur le terrain de la situation en termes d'eau et d'assainissement.

## **2/ L'achat de produits issus du commerce équitable : une nouvelle démarche pour les centrales d'achat des entreprises**

Les entreprises peuvent contribuer à la coopération Nord-Sud à travers un acte très simple : acheter des produits issus du commerce équitable.

C'est le cas par exemple de la SNCF, dont les contrôleurs portent des chemises faites en coton équitable du Mali et dont les agents en gare seront très prochainement équipés de chemises en coton du Bangladesh. Une partie du café consommé en interne par les employés de la SNCF est lui aussi issu du commerce équitable, mais il est largement regrettable que les boissons chaudes servies dans les trains ne le soient pas...

Le groupe ACCOR s'est lui aussi engagé dans cette démarche depuis 2003. En servant des boissons chaudes issues du commerce équitable dans ses hôtels, le groupe espère non seulement soutenir les petits producteurs, mais aussi sensibiliser les clients à cette thématique.

D'après les témoignages de ces deux entreprises, c'est la direction de l'entreprise qui a été la plus difficile à convaincre. Le principal frein au développement des achats de produits issus du commerce équitable est donc interne à l'entreprise...

## **3/ Le développement humain à travers les investissements des entreprises du Nord dans les pays du Sud**

D'après Alain Joyandet, secrétaire d'Etat chargé de la coopération et la francophonie, « on parle d'un capitalisme qui a été à la dérive en oubliant l'essentiel, c'est-à-dire ce à quoi doit servir la finance : le développement des entreprises et, à travers elles, le développement tout court, le développement humain ».

Le lien entre l'investissement direct à l'étranger et le développement humain mérite certes d'être discuté, mais les participants à ce colloque étaient nombreux à défendre cette idée. Certains ont même allés jusqu'à demander un soutien des agences comme l'AFD aux initiatives d'investissement productif dans les pays du Sud puisqu'il s'agit d'une forme de coopération...

Cette façon de penser la coopération des entreprises du Nord pour le développement des pays du Sud soulève néanmoins une contradiction résumée par le délégué général d'IMS – Agir pour la cité, Henri de Reboul : « la recherche d'efficacité et de rentabilité des entreprises s'oppose bien souvent à l'éthique de l'entreprise, c'est-à-dire sa contribution au développement humain ».

Cette contribution au développement humain ne doit pas se résumer au seul impact local des salaires versés aux employés de l'entreprise (un point de vue pourtant défendu par certains investisseurs), elle doit aussi inclure le soutien de l'entreprise à des initiatives de développement local telles que la construction d'infrastructures, la mise en oeuvre de programmes de prévention dans le domaine de la santé, ou la réalisation d'actions dans le domaine de l'éducation.

L'entreprise étrangère doit également prendre en compte les conséquences négatives de son implantation, comme par exemple le risque de faire augmenter le prix des terrains ou les problèmes liés aux déplacements de la main d'œuvre locale.

Ces différentes questions rappellent donc la nécessité pour les entreprises investissant dans des pays en développement d'agir avec les ONG locales afin d'identifier ensemble les besoins de la population ainsi que les possibles effets négatifs de l'implantation.

Mais les témoignages et les discussions qui ont eu lieu durant ce colloque nous ont permis de distinguer, au sein de cette catégorie « investissements directs à l'étranger », deux types d'engagements des entreprises méritant d'être mentionnés :

- l'engagement des entreprises spécialisées dans l'un des secteurs clefs du développement (par exemple : la voirie, l'électricité, l'eau et l'assainissement...).
- la conception d'un produit ciblé pour les clients pauvres.

### **L'engagement des entreprises spécialisées dans l'un des secteurs clefs du développement : l'exemple de l'eau et de l'assainissement**

En réalisant des projets de distribution d'eau dans des pays du Sud, des entreprises comme Véolia ou Suez contribuent à favoriser l'accès des populations à l'eau courante et l'assainissement. Ce type d'action est mené en partenariat avec les autorités politiques qui leur confient ce secteur, tout en gardant un pouvoir de régulation des tarifs et de la concurrence.

Au niveau de la mise en œuvre, la construction d'infrastructures nécessite d'être à l'écoute des attentes des usagers, en associant aux projets des représentants de la société civile. L'entreprise doit prendre en compte le contexte culturel, géographique et social propre à chaque ville ou chaque région. En fonction des moyens des usagers par exemple, le raccordement pourra être individuel (maison) ou collectif (quartier). Les conditions de raccordement, comme la distance par rapport à la route, doivent elles aussi être débattues et décidées de façon collective.

Mais il ne faut perdre de vue le fait qu'une entreprise qui investit dans un pays du Sud ne le fait jamais de façon désintéressée : la nécessité du retour sur investissement après plusieurs années de mise en route a clairement été réaffirmée tout au long de ces deux journées, surtout lorsque les entreprises doivent rendre des comptes à leurs actionnaires.

### **La conception d'un produit ciblé pour les « clients pauvres »<sup>1</sup> : savoir repenser la chaîne de production et de vente pour s'adapter au contexte local**

Dans ce cas particulier d'investissement productif dans un pays du sud, l'entreprise doit innover, prendre des risques et revisiter entièrement son « process business » pour s'adapter à la situation locale.

Un exemple réside dans l'initiative menée par Danone au Bangladesh. En repensant de A à Z la façon de produire et de distribuer des yaourts, le géant de l'agro-alimentaire a mis au point un produit ciblé (un yaourt contenant des compléments nutritionnels), fabriqué dans une usine beaucoup plus petite et moins mécanisée (dans l'intention de créer des emplois) et conçu un mode différent de distribution tenant compte de la situation locale (les faibles revenus et l'absence de réfrigérateurs). Les produits sont vendus à l'unité par des vendeuses qui font quotidiennement le porte-à-porte.

---

<sup>1</sup> Nous empruntons cette expression au titre de l'ouvrage d'Henri de Rebol et Olivia Verger-Lisicki, *Et les clients pauvres ? Quand les entreprises s'engagent*, Paris, Autrement, 2008

Il convient de remarquer que ce projet a été appuyé par l'AFD qui a introduit un produit d'assurance durant les premières années afin de rassurer les actionnaires du groupe en gommant les pertes des premières années de mise en place du projet. Il a aussi été appuyé par l'ONG Gain qui est chargée d'évaluer l'impact nutritionnel des yahourts sur la population.

Innovateur et méritant d'être mieux connu, ce projet soulève néanmoins quelques questions qui mériteraient d'être discutées, comme par exemple le fait que les vendeuses n'y trouvent qu'un complément de revenu et non pas un véritable salaire, ou encore le fait que le projet génère, après quelques années d'exercice, de nouveaux bénéficiaires pour la multinationale de l'agro-alimentaire. Reste à savoir si ces gains seront réinvestis dans d'autres projets de développement...

### **En guise de conclusion...**

Au-delà des différences, ces initiatives semblent néanmoins converger autour d'une idée : c'est au niveau local que le projet doit être pensé et mis en œuvre.

« Le développement passe par la contribution de deux catégories d'acteurs qui n'ont pas l'habitude de travailler ensemble : les ONG et les entreprises » (Henri de Reboul, Délégué général d'IMS-Agir pour la cité).