



LE POINT DE VUE DE KEMAL DERVIS ET JEAN-MICHEL SEVERINO

Les entreprises face aux défis de la pauvreté

Pendant trop longtemps, les entreprises privées n'ont pas été perçues comme des moteurs essentiels du développement humain. Pourtant, entreprendre avec et pour les populations pauvres peut non seulement accroître la compétitivité, mais aussi aider à combattre la pauvreté. Un rapport du PNUD (1) donne des exemples probants de projets qui créent de la valeur pour tous : en répondant à certains besoins des populations les plus pauvres de la planète et en générant des profits commerciaux.

Un groupe de télécommunications panafricain a par exemple lancé un service de banque mobile en République démocratique du Congo dès 2003, alors que l'insécurité régnait encore et que le secteur bancaire était très affaibli. Ce service utilise les messages cryptés pour transférer des fonds à travers le pays. Cette initiative s'est traduite par la création de milliers d'emplois, la formation de techniciens de proximité et d'une force de vente sur l'ensemble du territoire national. Grâce à ce service financier novateur, de nombreuses entreprises formelles et informelles, jusque-là entravées par une infrastructure bancaire inadaptée, ont pu prendre leur essor.

Mais, si de telles opportunités de croissance profitant à toutes les catégories sociales abondent, les défis ne manquent pas non plus. Pour de nombreuses entreprises, pénétrer sur les marchés des populations pauvres, c'est s'engager en territoire inconnu et semé d'embûches : rareté des informations de marché, faiblesse des cadres réglementaires, inadaptation des infrastructures, lacunes dans les compétences, etc. Ces obstacles se traduisent souvent par une « pénalisation de la pauvreté ». Les habi-

tants des quartiers pauvres de Jakarta, de Manille et de Nairobi payent leur eau 5 à 10 fois plus cher que ceux qui vivent dans les quartiers riches de ces villes. Plus, même, que les consommateurs de Londres et de New York ! Cette « pénalisation » se retrouve dans le crédit, la santé et la fourniture d'électricité.

Relever ces défis au profit des populations pauvres demande, outre beaucoup de créativité, de mettre en commun l'expérience et les compétences d'entreprises privées, de donateurs, de philanthropes, de dirigeants du service public et d'organisations non gouvernementales. Cela implique aussi d'engager un dialogue politique, d'adapter les produits et les services aux besoins des populations pauvres et d'investir dans les infrastructures et la formation. Or, 50 études de cas, commanditées en majorité à des chercheurs de pays en développement, montrent qu'en s'adaptant aux conditions locales des chefs d'entreprise ont pu comprendre des contextes complexes, trouver des solutions nova-

En s'adaptant aux conditions locales, des chefs d'entreprise ont pu trouver des solutions novatrices et saisir avec succès de nouvelles opportunités.

trices et saisir avec succès de nouvelles opportunités économiques.

Jusqu'ici, la participation du secteur privé aux marchés moins développés concernait principalement les grandes entreprises multinationales. Fortes de leur influence, de leur portée mondiale et de leurs ressources, elles sont en effet en mesure de mettre au point des

modèles entrepreneuriaux à l'échelle appropriée et de les répliquer efficacement. Pourtant, les petites entreprises locales et régionales ont aussi beaucoup à nous apprendre. Ce sont elles qui créeront la plupart des emplois et des richesses nécessaires à l'atteinte des objectifs du millénaire pour le développement.

Mais ces entreprises peuvent difficilement agir seules. Elles ne parviennent à jeter les bases de marchés plus favorables aux pauvres que si elles peuvent s'appuyer sur les compétences des gouvernements, des donateurs, de la société civile et des populations pauvres elles-mêmes. En améliorant les conditions des marchés dans les zones où résident les plus pauvres et en éliminant les obstacles à leur participation à l'économie, les gouvernements peuvent libérer leur esprit d'entreprise. Des organisations à but non lucratif peuvent aider les entreprises à mieux comprendre leurs besoins. Les pays donateurs peuvent, quant à eux, faciliter le dialogue entre entreprises et gouvernements, tandis que des investisseurs à vocation sociale ou des philanthropes peuvent contribuer à financer des initiatives pilotes, à fort potentiel social mais économiquement risquées. Si les modèles entrepreneuriaux qui intègrent les pauvres requièrent le concours de chacun, ils promettent d'être bénéfiques pour tous. Les flux de revenus et d'énergie créatrice générés par ces emplois contribueront en effet à extraire des populations fragiles de la pauvreté : plus productives, plus compétentes, elles assieront leur développement sur une base solide et durable.

Les populations pauvres ne sont pas impuissantes. Leur pauvreté ne

29.08.2008

doit pas les pénaliser dans l'acquisition des produits et services qui nous paraissent aller de soi. En incluant toutes les couches sociales, les modèles entrepreneuriaux qui voient en eux à la fois des consommateurs et des moteurs potentiels de croissance permettent de rompre le cycle de l'exclusion, au bénéfice de tous.

**KEMAL DERSIS est administrateur
du Programme des Nations unies
pour le développement.
JEAN-MICHEL SEVERINO est
directeur général de l'Agence française
de développement.**

(1) www.growinginclusivemarkets.org