

Consortium africain pour l'entrepreneuriat social

Charte africaine de l'entrepreneuriat social

Version 2.0

Publié par :



Nouvelles Editions Numériques Africaines (NENA)

Sacré Cœur 1, Rond point du collège Sacré-Cœur,

Lot N-822, Dakar 27122,

BP 25231 Dakar Fann, Dakar, Sénégal

SARL au capital de 1 320 000 FCFA.

RC : SN DKR 2008 B878.

www.librairienumeriqueafricaine.com / infos@nena-sen.com

Date de publication : 2018

ISBN 978-2-917591-70-3

© 2018 FinSocial SAS

Présentation

1. Promulgation

Considérant que :

- les entreprises sont dans toute économie prospère les véritables agents de création des richesses nécessaires au bien-être matériel et psychologique des peuples;
- le sous-développement en Afrique se manifeste dans une large mesure par la faiblesse de son tissu d'entreprises africaines;
- le développement de l'entrepreneuriat s'impose en Afrique comme l'axe stratégique central de son développement économique et de son progrès social;
- le modèle capitaliste dominant d'entreprise a démontré, par les inégalités internationales et sociales qu'il engendre, le chômage persistant, les dégradations environnementales, et la domination des oligopoles internationaux, son incapacité à assurer le bien-être économique, social et environnemental des peuples;
- une forme alternative d'entreprise est nécessaire pour parvenir à un développement économique autonome et durable, à la justice sociale et à une démocratisation économique participative;
- toute action collective de promotion de l'entrepreneuriat ne peut être efficace qu'à la condition de partager une vision claire apte à montrer le but à atteindre, à inspirer les mesures pratiques immédiates à prendre, et à mobiliser les volontés et les énergies;

le *Consortium africain pour l'entrepreneuriat social*, association vouée à la promotion d'une vision et d'une stratégie de l'entrepreneuriat social, promulgue la présente *Charte africaine de l'entrepreneuriat social* comme orientation et guide pour la création et l'expansion en Afrique d'entreprises qualifiées de sociales.

2. Objet

Poursuivant une tradition ancienne, un mouvement dit de l'entrepreneuriat social s'est développé à l'échelle internationale, avec diverses dénominations, telles que « social business » ou « économie sociale et solidaire ». Malgré sa diversité, ce mouvement partage une aspiration à entreprendre de façon différente par rapport au modèle capitaliste d'entreprise, pour bâtir une nouvelle société basée sur une économie non seulement prospère mais aussi responsable, équitable, solidaire et démocratisée.

La présente Charte expose une conception du modèle d'entreprise dite « sociale ». Elle décrit ce nouveau type d'entreprise par un ensemble de caractéristiques relatives à son orientation, ses activités, son fonctionnement et son impact sur la société et l'environnement. Elle situe l'entrepreneuriat social dans son rôle historique stratégique pour l'avènement d'une nouvelle société, et pour une approche éthique des rapports sociaux.

Contribuant au débat mondial sur l'entrepreneuriat social, la Charte se démarque des conceptions exprimées par la plupart des acteurs et porte-paroles de ce mouvement. Elle s'en distingue d'abord par son caractère systématique, en menant à leurs conclusions logiques ultimes les principes de base communs aux diverses tendances de ce mouvement. Aussi sur le plan linguistique, c'est sans aucune retenue que l'effort été fait pour utiliser les termes paraissant les plus justes pour désigner les choses.

Elle se distingue aussi par son point de vue qui est celui de la périphérie du système mondial, c'est-à-dire celui des pays du Sud « sous-développés », qui constituent la majorité de l'humanité, alors que les concep-

tions dominantes de l'entrepreneuriat social demeurent marquées par un biais euro ou américano centriste. En particulier la Charte tient d'abord compte du contexte africain. Elle s'adresse prioritairement aux entrepreneurs africains pour les inviter à « faire autrement » de l'entrepreneuriat, et contribuer ainsi le plus efficacement possible à un développement autocentré et intégré du continent, tout en faisant en sorte que ce développement ne reproduise pas les rapports capitalistes d'exploitation et de domination.

La Charte donne ainsi aux entrepreneurs, ainsi qu'à leurs alliés et à la société en général, un outil pratique pour évaluer dans quelle mesure les entreprises africaines peuvent prétendre se qualifier de sociales, reconnaître les progrès accomplis et les lacunes à combler, et prendre ainsi la mesure du nécessaire effort prolongé pour approcher du modèle.

3. Définition

L'entreprise sociale est une organisation économique en processus de démocratisation participative, qui s'impose une double exigence de viabilité économique et de responsabilité sociétale et environnementale, la viabilité étant au service de la responsabilité.

Elle retient de l'entreprise capitaliste la nécessité de la rigueur qui a permis dans l'histoire une énorme croissance des capacités productives et de l'utilisation des technologies. Elle refuse toutefois de faire de l'accumulation infinie de profits et de capital sa seule et unique raison d'être.

L'entreprise sociale se donne pour raison d'être de générer pour les peuples les plus grands avantages possibles sur les plans économique, social, culturel et environnemental, agissant, « comme si », le mieux-être de la société ne dépendait que de sa seule action. Elle considère ce souci de responsabilité compatible et complémentaire avec la recherche d'un légitime enrichissement individuel et collectif, lequel est nécessaire pour apporter à l'action sociale une base de stabilité et d'indépendance financières. Sa responsabilité se manifeste dans toutes les dimensions de l'entreprise, ses buts (vision et mission), ses moyens (stratégie et opérations), et son fonctionnement (structure et direction).

Arbitrer entre ces deux exigences contradictoires de viabilité économique et d'impact sociétal maximal, tout en y associant démocratiquement ses parties prenantes, est le défi de l'entreprise sociale, l'effort permanent que doivent apprendre à maîtriser les entrepreneurs sociaux, militants d'une économie alternative, praticiens d'une éthique sociale de la responsabilité, de l'équité et de la solidarité.

Mission et vision

La mission exprime la contribution responsable qu'une entreprise sociale entend apporter au mieux-être de la société. Elle énonce ses buts concrets relativement à son secteur d'activité particulier, avec les bénéfices sociétaux et environnementaux générés, ainsi que leurs bénéficiaires. Ces bénéfices peuvent être de nature économique, sociale, culturelle, environnementale, et s'évaluent à partir de critères ou indicateurs propres à chaque type d'impact.

La mission étant le but de l'entreprise, les profits, par ailleurs recherchés, sont vus comme un moyen pour l'accomplir. C'est pourquoi l'entreprise sociale se doit de produire annuellement, au-delà de son rapport financier, un rapport d'impact sociétal et environnemental, indiquant les éléments positifs et les lacunes, les nouveaux acquis et les prochains objectifs.

4. Impact économique

L'entreprise sociale assume sa responsabilité sociétale au niveau économique par :

- la création de richesse mesurée en termes de valeur ajoutée;
- les emplois créés;
- le renforcement de l'intégration économique nationale et régionale par la multiplication des relations inter-entreprises;
- les recettes fiscales générées et remises à l'État;
- la diminution de la dépendance externe tant pour les approvisionnements que pour les débouchés, mesurés particulièrement par des progrès vers l'autosuffisance alimentaire et énergétique.

5. Impact social

L'entreprise sociale assume sa responsabilité sociétale au niveau social par :

- l'amélioration du bien-être matériel et psychologique des peuples grâce à la valeur d'usage des biens et services fournis;
- une répartition plus équitable des richesses créées, vérifiable par l'écart des rémunérations et la répartition des surplus;
- l'affectation d'une part des bénéfices à des œuvres humanitaires.

6. Impact culturel

L'entreprise sociale assume sa responsabilité sociétale au niveau culturel par :

- l'adoption en son sein de comportements empreints de convivialité, notamment les rapports hommes-femmes, entre nationaux ethnies et autres groupes de traditions, de croyances et de langues différentes;
- l'intégration, la préservation et la diffusion de l'art dans les activités courantes.

7. Impact environnemental

L'entreprise sociale assume sa responsabilité sociétale au niveau environnemental par :

- les gaspillages et les pollutions évitées grâce aux mesures environnementales prises;
- la préservation de la biodiversité.

En procurant ces bénéfices, l'entreprise sociale contribue à faire progresser l'ensemble de la société vers un état de civilisation où la richesse se présente non plus comme une accumulation sans fin de marchandises plus ou moins futiles et dégradables, à vendre à ceux seuls qui ont les moyens de les acheter, mais plutôt comme l'accessibilité de plus en plus gratuite pour tous les humains à des biens communs utiles et durables, répartis en fonction des besoins de chacun.

Stratégie et opérations

L'entreprise sociale effectue des choix stratégiques et opérationnels cohérents avec la poursuite de sa mission.

8. Clientèle

Le peuple est la clientèle visée par l'entreprise sociale. Sans exclure, pour des raisons économiques tactiques ou temporaires, la demande des classes les plus riches, l'entreprise sociale se refuse de faire de la demande solvable le seul critère de ciblage de sa clientèle.

9. Territoire

L'entreprise sociale répond en priorité aux besoins de la nation et des pays limitrophes. Sans renoncer aux exportations d'excédents, elle dessert d'abord la demande nationale et régionale. Elle contribue ainsi à dégager son pays de la domination impérialiste des multinationales sous prétexte de mondialisation et d'avantages comparatifs. Elle contribue à un développement économique autocentré et intégré, visant un optimum d'autosuffisance dans tous les domaines.

10. Offre

L'entreprise sociale produit et commercialise des produits et services véritablement utiles répondant aux besoins réels du peuple, à commencer autant que possible par les besoins de base (alimentation, énergie, logement, santé, éducation, etc.). Rejetant l'indifférence de principe des entreprises capitalistes pour lesquelles tout se vend du moment qu'il y a preneur, elle exclut les produits de luxe ou correspondant à des besoins futiles ou artificiellement créés. A fortiori elle rejette tout ce qui peut avoir un quelconque effet négatif sur la société, tels les produits et services reliés à la spéculation, aux intoxicants (alcool, cigarettes, drogues), aux jeux de hasard, à l'armement, et aux services financiers basés sur l'intérêt.

11. Technologies

L'entreprise sociale utilise les technologies de production les plus adaptées au contexte africain, c'est-à-dire des technologies robustes, simples dans leur conception, d'un apprentissage accessible, génératrices d'emplois et aisées à maintenir.

Elle valorise le patrimoine scientifique et technique africain en donnant la priorité dans ses choix technologiques aux savoirs faire et inventions des techno-praticiens locaux.

Elle maintient une veille technologique critique sur son secteur pour au besoin transférer les technologies internationales jugées socialement utiles, adaptables et adaptées au besoin, sans se laisser séduire par les prétendues innovations, et en s'assurant de l'appropriation des technologies par des formations.

12. Achats

L'entreprise sociale renforce le tissu économique national en s'approvisionnant prioritairement en matières premières, intrants et fournitures auprès de producteurs locaux. Elle minimise le plus possible la part des produits importés et des achats auprès des succursales ou agents locaux des multinationales.

13. Qualité

L'entreprise sociale s'impose une exigence de qualité de ses produits et services. Elle applique les normes pertinentes dans son domaine tout en les dépassant si elle le juge nécessaire et faisable. Elle établit, documente, applique des procédures de contrôle de qualité. Elle mène des enquêtes de satisfaction auprès de sa clientèle.

14. Ressources humaines

L'entreprise sociale valorise les ressources humaines africaines en recrutant prioritairement du personnel national.

Elle crée des conditions de travail optimales en rapport avec ses capacités, relativement à la sécurité, la santé, la parité hommes-femmes, la formation, l'enrichissement des tâches et des responsabilités.

Les rémunérations sont basées, d'une part sur le respect d'une rémunération jugée minimale dans le contexte social, pouvant dépasser le plancher légal prescrit, d'autre part sur le principe d'un taux d'écart maximal des rémunérations entre 4 et 7 pour tout le personnel de l'entreprise.

Elle applique les règles en vigueur relatives aux autres avantages sociaux (congs, vacances, assurances) et les bonifie à mesure de ses capacités.

15. Promotion commerciale

L'entreprise sociale fait une promotion véridique de ses produits et services en en présentant les caractéristiques et avantages réels. Sans renoncer à plaire et à émouvoir, son message publicitaire use d'arguments réels pour susciter l'intérêt de sa clientèle, sans user de tromperie, de pressions ou de manipulations psychologiques.

16. Distribution

L'entreprise sociale met en place des circuits de distribution les plus directs possibles allant du producteur au consommateur, afin de réduire les coûts, les délais et l'empreinte écologique de la livraison des marchandises. Elle veille à ce que les prix ne soient pas artificiellement affectés à la hausse par les faux frais d'intermédiaires inutiles.

17. Prix

L'entreprise sociale pratique des prix justes couvrant les frais réels de production plus une marge bénéficiaire raisonnable. Si elle recherche la productivité pour abaisser ses coûts, c'est afin d'atteindre l'objectif de proposer des prix les plus bas possibles.

18. Vente

L'entreprise sociale applique des conditions de vente telles que les caractéristiques réelles des produits offerts, ainsi que leurs prix, soient connus précisément au moment de la vente. Ces prix demeurent inchangés une fois la vente conclue, même en cas de vente à tempérament. Les ventes sont définitives et ne peuvent imposer un délai de consommation.

19. Crédit

L'entreprise sociale rééchelonne les paiements en cas de difficulté temporaire de liquidité éprouvée par le débiteur, et ce sans changement de prix. Elle exclut toute pénalité de retard sous forme de paiement d'intérêt sur une dette due. En cas d'insolvabilité d'un client sincère et honnête, l'entreprise sociale conclue un accord à l'amiable ou annule la dette.

20. Concurrence

L'entreprise sociale n'ambitionne pas de devenir un monopole dans son secteur. Tout en promouvant l'innovation et en visant un leadership, elle favorise une saine émulation et la coopération entre les entreprises du même secteur.

Dans ses relations avec les autres entreprises, elle distingue entre les oligopoles impérialistes et les autres entreprises moyennes et petites. Si elle doit entrer en relation avec les premiers, elle se limite à des ententes circonstanciées et tactiques. Elle établit des relations plus étroites avec les secondes sans perdre son autonomie de décision ni dévier de son orientation sociale.

21. Finance

Renonçant à thésauriser, l'entreprise sociale réinvestit dès que possible tout surplus non distribué ou mis en réserve pour contribuer au développement de l'entreprise. Elle ne fait aucun prêt ou placement rémunéré par le versement d'intérêts.

Elle ne contracte aucun prêt bancaire ou autre forme de financement portant intérêts ou toute forme de rémunération non justifiée ne reposant pas sur un travail humain. L'entreprise sociale se finance uniquement par la finance sociale, c'est-à-dire participative, telle qu'élaborée principalement par la finance islamique. Elle est financée par des investisseurs sociaux qui acceptent de partager les mêmes risques que l'entreprise en se remboursant et se rémunérant uniquement par une part prédéterminée des bénéfices et de la plus value de l'entreprise. Tant que dure leur investissement, ils participent aussi aux décisions concernant la direction stratégique de l'entreprise sociale. Ces modalités sont mises en oeuvre quelle que soit la forme juridique sous laquelle se réalise ce financement (actionnariat, fiducie, commandite, etc.).

22. Gestion

L'entreprise sociale formalise ses relations avec tous ses partenaires par des ententes écrites. A cette fin elle se constitue des modèles de contrats soigneusement structurés, couvrant tous les aspects essentiels de chaque type d'entente, avec des clauses claires éliminant toute incertitude pouvant être source de conflits potentiels, particulièrement en ce qui concerne le niveau et les modalités des paiements dus.

L'entreprise sociale se comporte en bon citoyen respectueux des lois. Elle accomplit toutes les formalités administratives (enregistrements, déclarations). Elle s'acquitte de ses obligations fiscales (TVA, charges sociales, impôts). Elle est toujours en règle avec l'administration publique. Elle s'acquitte scrupuleusement de ses dettes et effectue promptement tous ses paiements aux échéances dues.

Institutions et direction

23. Démocratisation

L'entreprise sociale remplace le pouvoir des seuls actionnaires détenteurs de capitaux par une démocratie participative progressive de l'ensemble des parties prenantes de l'entreprise, au premier chef ses dirigeants et ses travailleurs.

Constitués chacun dans sa propre entité formelle, dirigeants et travailleurs négocient et décident au sein des structures propres de l'entreprise (assemblée générale, conseil consultatif, comité conjoint, etc.) de toutes les questions sur la situation et le devenir de l'entreprise. Ensemble ils concluent des ententes avec la Société des actionnaires pour la représentation juridique de l'entreprise auprès des tiers, son financement participatif sous forme d'actionnariat ou autre, et sa présence au sein des organes internes de décision.

L'entreprise sociale associe aussi les autres parties prenantes externes reliées à son activité (investisseurs, clients, fournisseurs, organismes de formation et de recherche, institutions étatiques, collectivités locales, riverains, etc.), en mettant en place des mécanismes d'information et de consultation.

24. Guidance

L'entreprise sociale est guidée par les entrepreneurs sociaux initiateurs du projet d'entreprise et les managers recrutés pour leurs compétences complémentaires. Cette équipe dirigeante scelle dans un pacte signé son engagement au service de l'entreprise, et son adhésion à la vision et à l'éthique de l'entrepreneuriat social. Elle guide l'entreprise en formulant sa mission, sa stratégie, des plans d'actions, et des directives quotidiennes adaptées aux circonstances. Elle pratique à l'égard des travailleurs une guidance participative basée sur la communication des informations utiles sur l'entreprise, la consultation attentive, et leur association progressive aux prises de décisions, y compris pour la désignation des dirigeants, l'affectation des surplus et les choix stratégiques.

Portée de l'entrepreneuriat social

25. Rôle historique

L'entreprise sociale apparaît comme le successeur historique de l'entreprise capitaliste. La persistance du sous-développement, la polarisation du monde entre une minorité de pays riches et une majorité de pays pauvres, la concentration du capital dans les mains d'une oligarchie financière contrôlant des oligopoles impérialistes, les crises qui menacent même les conditions de vie des peuples des pays riches, tous ces faits ont sonné le glas de l'entreprise capitaliste dont les échecs ont démontré qu'elle a fait son temps.

En Afrique, l'entreprise sociale anti-impérialiste, post-capitaliste et civilisée est le modèle d'entreprise répondant aux conditions de notre temps, le plus en mesure de réaliser à terme un véritable développement économique autonome du continent, générateur de progrès social et de démocratisation économique pour le peuple, et de mise en valeur durable de la nature.

26. Transformation sociale

L'entreprise sociale ne peut aujourd'hui opérer que dans un environnement hostile tant au niveau des règles de fonctionnement économique que des mentalités. Il est prévisible qu'elle ne s'épanouira qu'avec un changement global dans toute la société, reposant sur la justice sociale, une démocratie populaire responsable et participative à tous les niveaux, et l'auto-détermination des pays.

Les contraintes du moment n'empêchent pas que dès maintenant des avancées dans la voie d'une nouvelle organisation économique à la base peuvent et doivent être amorcées. Toute entreprise africaine peut aujourd'hui librement décider d'adopter la perspective de l'entrepreneuriat social, et démontrer petit à petit, à force de détermination et d'endurance, qu'une autre façon d'entreprendre et de créer ensemble de la richesse est possible, que la méthode capitaliste n'est pas le dernier mot de l'histoire.

L'entreprise sociale prépare le futur en commençant aujourd'hui à le construire. Elle forge ainsi l'argument de l'exemple, lequel est le plus à même d'élever la conscience des peuples dans la possibilité d'un choix alternatif et de susciter la confiance en sa faisabilité. Elle crée sur le terrain économique des bases pour l'auto-organisation démocratique des peuples qui seule transforme une somme d'individus en une force sociale. Lorsqu'un changement social global se sera opéré, les entreprises sociales pourront pleinement s'épanouir et seront les mieux en mesure de prévenir le retour des formes anciennes.

Pour favoriser ce changement global, l'entreprise sociale cherche à établir des relations préférentielles et des partenariats avec les autres entreprises sociales du pays, des autres pays africains et des pays développés, pour développer un support mutuel et une alliance internationale de l'entrepreneuriat social. Elle établit des liens stratégiques avec les organisations populaires qui oeuvrent dans les autres domaines de la vie sociale (santé, éducation, habitat, transport, environnement, genre, etc.), et qui y développent des modes alternatifs de fonctionnement et d'organisation servant les intérêts des peuples.

27. Culture et éthique

L'entrepreneuriat social place la culture comme facteur déterminant au coeur de l'entreprise. La vision, la stratégie, le fonctionnement de l'entreprise sociale, tout en correspondant aux réalités et aux possibilités de l'époque, découlent aussi des valeurs phares propres à l'entrepreneuriat social :

- la responsabilité qui donne un contenu à la nécessaire liberté de chacun, et la met au service du mieux-être de la société et de l'environnement naturel;
- l'équité qui vise le juste partage des richesses en prenant en compte les besoins humains essentiels de chacun à satisfaire, tout en reconnaissant les différences dues à la qualité et la quantité du travail fourni;
- la solidarité qui fait prendre en compte l'avis et les intérêts des autres partenaires sociaux, invités dès lors à participer aux prises de décision et au partage des avantages.

D'autres valeurs déterminent les comportements des entrepreneurs sociaux :

- la rigueur, sous forme notamment de ponctualité et de suivi étroit donné à ses affaires, et qui fait rechercher l'excellence en tout;
- la droiture qui implique le respect des engagements et le refus de toute forme de malversation ou de corruption;
- la frugalité qui éloigne des tentations d'enrichissements immodérés;
- la modestie qui fait garder la tête froide et rivée avant tout sur l'objectif du mieux-être pour le peuple.

En complément à l'analyse lucide de la réalité historique, cette éthique façonne la culture d'entreprise sociale que l'ensemble de ses parties prenantes est amenée à s'approprier. Cette culture tend ainsi à remplacer les considérations économiques ou politiques comme facteur déterminant du devenir de l'entreprise sociale.

Utilisation et mise à jour de la Charte

28. Adhésion

Toute entreprise africaine est encouragée à s'inspirer librement des principes énoncés dans la présente Charte. Nul ne pouvant contraindre autrui à penser à sa façon, aucune signature de la présente Charte n'est demandée. Seules la libre et consciente adhésion et la patiente recherche des voies et moyens de son application sont proposées.

La présente Charte prescrit toutefois qu'une entreprise ne peut prétendre publiquement y adhérer qu'à la condition de poser un geste précis : celui de rendre public annuellement son rapport de responsabilité sociétale et environnemental. L'affirmation de l'adhésion à la Charte n'exige pas la stricte conformité à toutes ses prescriptions, mais seulement la démonstration transparente de l'effectivité de l'effort pour s'approcher de l'idéal.

29. Mise à jour de la Charte

La présent texte de la Charte se présente comme l'hypothèse du moment, Elle devra être révisée et enrichie à mesure des débats et des expériences de terrain. Le devoir des adhérents est de faire connaître leurs critiques et leurs suggestions. Le Consortium, tout en restant seul responsable de son contenu, s'engage à susciter et intégrer ces enrichissements dans de nouvelles éditions numérotées de la Charte.