« 60 secondes pour l'avenir. »

La minute de trop qui vous invite à investir durablement votre argent …

Prêt pour demain ? *« C'est ça aussi le Positive Banking »*

Olivier de Halleux
Juin 2023

18h30, je suis en voiture et je rentre du boulot. J'ai l'habitude d'écouter la chaîne La Première à la radio histoire de continuer à réfléchir après une belle journée de travail. À vrai dire, souvent je reste dans mes pensées et je n'écoute qu'à moitié ce qui est dit. Mais un spot attire mon attention. Un jingle musical digne de celui d'un bulletin météo résonne dans l'habitacle de la voiture. Une voix masculine annonce le titre « 60 secondes pour l'avenir », avec l'effet d'une ouverture de cérémonie de remise de prix. Celle d'une femme prend ensuite le relais en posant une question cruciale de société : « Une entreprise peut-elle à la fois dégager de la rentabilité et un impact social positif ? ». Voilà un vrai message d'intérêt public même si je reste très sceptique. La formulation de la phrase sent le roussi…

Le titre attise donc ma curiosité. L'animateur principal de la capsule se lance dans son explication et je sens très vite qu'il y a un truc qui cloche. Le ton faussement humoristique (en réalité, je ne le trouve pas drôle du tout), le modèle de l'interview en mode « speedating » entre l'animatrice qui pose les questions et l'homme qui répond. Cet échange se passe sur un ton qui laisse supposer que les questions sont vraiment de société. La musique de fond donne le rythme. Tous les codes d'une communication publicitaire bien rodée sont rassemblés. Sur la forme, on pourrait laisser passer, mais sur le fond… Avec quelques collègues, nous avions déjà été fort interpellés sur ce que véhiculait comme message ce publireportage notamment sur les efforts individuels à réaliser en matière de climat sans remettre en cause notre modèle politique[1].

Qu'est-ce que ce publireportage « 60 secondes pour l'avenir » ?

Un publireportage est une production médiatique intégrant une promotion ou la valorisation d'une marque, d'une entreprise ou d'un individu. Il peut prendre diverses formes comme un article, une vidéo ou encore une capsule audio sous les traits d'un travail journalistique. Depuis quelques années, les publireportages pullulent dans les médias et ils ne sont pas toujours annoncés comme tels[2]. Dans certains cas, il peut donc s'agir de publicités cachées ou masquées. Pour d'autres, l'annonceur est souligné ou défini comme le sponsor de la production médiatique. Cette technique de promotion n'en reste pas moins questionnante. En effet, la limite entre le travail journalistique, qui vise à relater des faits et à les aborder avec un angle critique, et la promotion d'une entreprise ou autre est clairement franchie.

L'émission « 60 secondes pour l'avenir » recouvre tous les codes du publireportage. Mais qui se cache derrière ? Diffusée depuis février 2022, le publireportage est présenté comme suit sur le site de la RTBF. « *Environnement : les défis de demain se dessinent déjà aujourd'hui. Une voiture électrique, déjà ? L'économie circulaire, c'est quoi ? La transition énergétique, c'est pour quand ? Objectif : vous aider à y voir plus clair. Pour vous loger, vous déplacer, consommer, investir ou entreprendre de manière plus durable. Si vous aussi, vous voulez plutôt d'un monde où il fait bon vivre - aujourd'hui et demain - ne manquez pas ce rendez-vous, sponsorisé par BNP Paribas Fortis !* »[3]. Une banque qui nous parle d'avenir, n'est-ce pas le signe que le monde change ?

Cette fois-ci, le thème de l'entrepreneuriat social touche à des domaines que nous travaillons régulièrement chez SAW-B. Si en plus il est question de « construire ensemble un avenir plus durable selon le principe du positive banking », cher à BNP Paribas Fortis, alors on doit certainement y apporter notre grain.

Comme son nom l'indique, « 60 secondes pour l'avenir » est une capsule audio qui dure une minute. Problème, 60 secondes c'est court pour démontrer toutes les nuances d'un sujet. Et si en plus cette minute fait un micmac d'une série de mots à la mode, ou qui sonnent bien, comme « entreprise sociale», « gouvernance », « impact» ou encore « utilité sociale », ça crée un plat qui peut être indigeste pour les oreilles averties tout en enfumant les auditeurs et auditrices avec des concepts intéressants, mais mal utilisés.

Déjà décrié par Tchak dans son billet d'humeur du mois de décembre dernier[4], ce type d'annonce commerciale pullule de plus en plus, que ce soit en radio ou à la télé, à défaut pour les chaînes publiques d'être autorisées à faire de la publicité commerciale (nuance !)[5]. Abondant dans le même sens que la critique faite par Tchack, je ne reviendrai pas sur le manque d'éthique criant de la RTBF en acceptant la diffusion d'une telle promotion douteuse. J'ai plutôt décidé de m'intéresser au fond du message et de profiter de cette occasion offerte par BNP-Paribas Fortis pour donner un autre goût à leur « plat » qui mélange de nombreuses notions que je souhaite éclairer à nouveau. Prêt pour le « positive banking » revisité ?

60 secondes pour l'avenir ou le publireportage vert : Au fait, ca veut dire quoi « s'engager pour un monde où il fait bon vivre » ?

« 60 secondes pour l'avenir » intègre tous les sujets possibles en matière de transition et développement durable. On y parle de mobilité douce, de biomimétisme (le biomimétisme est l'application technique inspirée de la nature dans l'élaboration de technologies. Par exemple, la conception des ailes d'un avion s'inspire de celles des oiseaux), d'entrepreneuriat social, de tourisme d'affaire durable etc. On y mentionne la nécessité de la technologie dans l'élaboration des énergies vertes. Selon leur ampleur, chacune des thématiques fait l'objet de quatre à cinq épisodes. En résumé, le message principal du publireportage est de démontrer qu'il est possible de garder un modèle de société similaire à celui que nous vivons tout en le rendant plus vert. On prend une pincée de « social », on ajoute une poignée de « technologies d'avenir » et les « affaires » peuvent continuer. Ce doux mélange est à savourer chacun-e de son côté car il en est bien de la responsabilité individuelle pour que le changement advienne.

Pas un épisode ne revient sur les limites de notre système et de notre planète. Pas un épisode n'évoque le revirement ou le basculement culturel et politique à amorcer. Preuve du manque de profondeur politique de la capsule, certains épisodes partent d'une intention louable en présentant un nouveau modèle économique d'entreprise.

Prenons un premier exemple d'une série à propos de l'économie circulaire pour démontrer le propos. Les différentes capsules se sont centrées sur la transformation d'un produit en service. Ce modèle économique envisage la réponse à un besoin non par la vente d'un produit, mais par celui d'un service, c'est-à-dire sa location. Il s'agit, par exemple, d'une entreprise qui dispose d'outils qui va faire le choix de les louer plutôt

que de les vendre. Si le système de mise en location n'est pas nouveau, l'idée ici est d'ouvrir davantage le modèle à des produits qui sont habituellement vendus (comme des outils de jardinage ou d'électroménager, du matériel de sport, etc). Au fur et à mesure de l'écoute des épisodes, le sujet est présenté comme étant tout à fait intégrable aux codes du modèle entrepreneurial actuel. On parle de « stratégie », de « séduction du client », de « réduction de coût », de « réactivité à la demande » etc. Alors, on peut se demander quelle est la véritable finalité « de ce revirement » de modèle. S'adapter, en modifiant les pratiques pour avoir moins de répercussions sur l'environnement, une nécessité. Mais est-ce que cela va assez loin si, dans le même temps, les finalités et logiques économiques ne sont pas interrogées et que l'objectif reste toujours d'accumuler des richesses dans les mains de quelques-uns ou de continuer à produire dans de grandes quantités ?

Entreprise sociale, économie sociale, tout ça, c'est la même chose finalement. Du moment qu'on puisse y investir un maximum d'argent…

Revenons à la série à propos de l'entrepreneuriat social qui m'a le plus interpellée, et profitons du beau message porté par BNP Paribas Fortis pour revenir sur quelques termes qu'il est important de clarifier. Un premier élément qui m'a perturbé dans cette série est l'amalgame de plusieurs mots. « Bénéfice » et « rentabilité » sont présentés comme des synonymes. L'entrepreneuriat social est affiché comme l'égal de l'économie sociale. Les concepteurs de l'annonce commerciale mélangent toute une série de mots et de champs. Un deuxième élément qui m'a probablement davantage interrogé est la portée du message par l'entremise d'approximations douteuses. Notamment sur la question de l'actionnariat qui serait acceptable en entreprise sociale. Il est en effet dit dans un des épisodes qu'il est possible de « limiter les dividendes en entreprise sociale ». De quelle entreprise sociale parle-t-on surtout si on aligne cette conception de l'entrepreneuriat social à l'économie sociale ? Reprenons ces quelques passages des capsules pour éclairer le discours.

« Bénéfice et rentabilité »

La rentabilité est largement perçue collectivement comme étant le gain espéré à la suite du calcul de la différence entre les coûts et les revenus d'une entreprise[6]. Selon cette lecture, une entreprise rentable est donc une entreprise qui dégage un résultat positif ou un bénéfice. En réalité, une entreprise est rentable lorsqu'elle atteint le seuil de rentabilité[7]. C'est-à-dire lorsque la différence entre ses revenus et ses dépenses est nulle ou à l'équilibre. La rentabilité d'une entreprise est donc le reflet de sa « bonne santé » ou plutôt de sa pérennité[8]. Si sa gestion permet à ce que les entrées et les sorties soient à l'équilibre, l'entreprise existera car elle sera rentable.

Il peut donc arriver que la rentabilité ne soit pas atteinte. À ce moment-là, l'entreprise sera en déficit. À l'inverse, une entreprise peut aussi dépasser le seuil de rentabilité et être, non plus rentable, mais en situation de bénéfice. Le bénéfice correspond donc au résultat positif entre les revenus et les coûts d'une entreprise[9].

On le voit la distinction entre « bénéfice » et « rentabilité » peut paraître minime. Mais cette distinction dit en réalité beaucoup sur la visée d'une entreprise et du modèle économique capitaliste. De fait, si une entreprise

dégage des bénéfices, qu'en fait-elle ? Dans l'imaginaire collectif, il est toujours bien vu de dire qu'une entreprise est « rentable », dans le sens qu'elle dégage des bénéfices. Le gain est perçu positivement car il est tout simplement admis qu'une entreprise doit faire du profit à l'avantage de certains, c'est-à-dire les dirigeants et les actionnaires si l'entreprise en comporte. Dans ce cas, l'allocation des bénéfices est très claire. C'est le capital et sa maximisation qui sont prioritaires. Mais il est aussi possible de percevoir les choses différemment. Admettons qu'une entreprise dégage des bénéfices, elle pourrait aussi investir prioritairement cet argent directement dans l'entreprise et dans le travail en rémunérant décemment les personnes employées. Mais jusqu'à quel point ? Quelle est la limite d'une rémunération décente, de la grandeur d'une entreprise, et, finalement quelle est la limite des bénéfices qu'une entreprise pourrait avoir ? Toutes ces questions n'apparaissent pas dans l'émission « 60 secondes pour l'avenir ». Alors que cette confusion entre « bénéfice » et « rentabilité » mériterait de remettre en question la conception du « bénéfice pour le bénéfice » ou « du profit pour le profit » en entreprise, le message de la capsule-publireportage a plutôt l'effet inverse. C'est-à-dire mettre en lumière le fait entrepreneurial en des termes uniquement financier sans revenir sur sa dimension sociale alors qu'il s'agit bien du sujet de l'émission.

Entrepreunariat social et économie sociale, c'est la même chose ?

Continuons l'analyse du contenu des capsules sur le thème de l'entrepreneuriat social. Un des épisodes de la série débute par cette question : "Une entreprise peut-elle à la fois dégager de la rentabilité et à la fois un impact social positif ? » demande l'animatrice en guise d'introduction. « Eh bien oui, c'est le principe de l'entrepreneuriat social ! Ici l'entreprise cherche à procurer un service à la collectivité tout en faisant des bénéfices. »[10] répond sur un ton enjoué l'animateur. À nouveau, on voit apparaître ici l'amalgame entre « rentabilité » et « bénéfice » qui met l'auditeur·rice dans le doute. La capsule rappelle ensuite trois grands principes de l'entrepreneuriat social à savoir (1) la poursuite d'un objectif social ou environnemental, (2) la viabilité financière et (3) la mise en place de principes de gouvernance qui inclut « un partage du pouvoir, une politique salariale maîtrisée et une politique de dividendes raisonnable ». Intéressons-nous davantage au poids des mots. Premièrement, à la « rentabilité » et au « bénéfice » s'ajoute maintenant la « viabilité » lue et abordée similairement aux deux autres. En confondant ces trois mots, le message est noyé et on en reste à une compréhension erronée de l'entrepreneuriat social. Deuxièmement, les principes de gouvernance ne sont que très peu explicites. Qu'est-ce qu'une politique salariale maîtrisée ? Ça veut dire quoi concrètement ? Qu'est-ce qu'une politique de dividendes raisonnables ? Toutes ces questions sont complètement éludées.

Creusons encore. Dans cet épisode, il est souligné que la Belgique est un territoire qui comporte le nombre le plus important d'entreprises sociales en Europe. C'est ici que la comparaison avec l'économie sociale est faite. Il est en effet ajouté plus loin, sans plus d'explications, que l'économie sociale représente 1/8 (!) des emplois[11] en Belgique et que l'État ainsi que des initiatives citoyennes et privées soutiennent la mise en place d'entreprises sociales. Reprenons ces deux notions pour voir ce qu'elles englobent.

Tout d'abord, qu'est-ce que l'entrepreneuriat social ? Il existe plusieurs définitions et approches de l'entreprise sociale. La plus répandue est celle du réseau européen EMES (Émergence de l'entreprise sociale). L'entrepreneuriat social se définit selon 3 dimensions (social, économique et politique) qui comportent chacune trois critères[12].

- *Économique :*
    - *Une activité continue de production de biens et/ou de services ;*
    - *Un niveau significatif de prise de risque économique ;*
    - *La présence d'au moins l'un ou l'autre emploi rémunéré ;*
- *Social :*
    - *Un objectif explicite de service à la communauté ;*
    - *Une initiative émanant d'un groupe de citoyens ;*
    - *Un degré élevé d'autonomie.*
- *Politique :*
    - *Un processus de décision non basé sur la propriété du capital ;*
    - *Une dynamique participative impliquant différentes parties concernées par l'activité (travailleurs rémunérés, usagers, bénévoles, pouvoirs publics locaux, etc.) :*
    - *Une distribution limitée des bénéfices.*

Je ne reviendrai pas sur l'analyse de cette définition déjà traitée dans les précédentes publications de SAW-B[13]. Retenons à ce stade qu'elle précise le propos de l'émission qui définit l'entreprise sociale selon trois principes qui semble s'accorder avec la définition de l'EMES. L'énumération de ces trois principes n'est donc pas problématique. En revanche, par son manque de précision et des affirmations indiquant qu'il est « possible de procurer un service à la collectivité tout en faisant des bénéfices », la présentation de l'entrepreneuriat social manque de clarté et des réelles intentions qu'on lui porte. C'est là que réside l'incohérence du message.

Incohérence qui se précise donc lorsque l'entrepreneuriat social est comparé à l'économie sociale. Attardons-nous sur la définition de cette dernière pour préciser davantage le propos. Selon le décret de l'économie sociale, celle-ci représente « les activités économiques exercées par des sociétés, principalement coopératives, des mutualités, des fondations et des associations, dont l'éthique se traduit par les principes suivants :

- finalité de service aux membres ou à la collectivité plutôt que de profit,
- autonomie de gestion,
- processus de décision démocratique,
- primauté des personnes et du travail sur le capital dans la répartition des revenus. »[14]

Trois des principes sont très proches de ceux donner dans la capsule « 60 secondes pour l'avenir ». Serait-ce une confusion entre les deux termes ? Et quand bien même, faudrait-il s'en tenir à une mauvaise définition du champ lexical ? En réalité, les concepteurs du publireportage oublient simplement de dire que l'économie sociale comprend des entreprises sociales qui peuvent être fondées sous divers statuts. Ajoutons aussi que toutes ne sont pas d'économie sociale. Le souci de cet épisode de « 60 secondes pour l'avenir » se loge justement dans la lecture étriquée qui est proposée de l'entrepreneuriat social et de l'économie sociale. Cette mécompréhension des deux concepts participe au message qui, selon moi, ressort de ce publireportage : Toute entreprise « verte » ou ayant « un impact social » doit faire des bénéfices. L'« entreprise sociale » est vue comme une « entreprise » qui répond à la logique du modèle dominant. Déforcer l'entrepreneuriat social de cette manière, sans illustrations plus concrètes de ce qu'est une entreprise sociale, et inclure l'économie sociale dans ce même giron n'aide pas à entrevoir une autre économie et donc une autre société. Pire, elle encourage une vision étriquée de l'entrepreneuriat et de l'économie. Une vision sans cesse ramenée à des considérations financières et purement utilitaristes. Dans son dictionnaire sociologique Pierre-Paul Zalio exprime parfaitement en quoi cette vision est une fausse-évidence : *« La notion de profit est, dans le sens commun comme dans certaines théories économiques ou managériales, étroitement associée à celle d'entrepreneur. Ce lien tient, d'une part, au fait qu'on définit généralement le profit comme la rémunération du capital investi par ce dernier ; cela tient, d'autre part, au fait qu'on accorde alors une importance déterminante à la capacité qu'auraient certains individus à repérer des opportunités de profit pour expliquer le fait qu'ils deviennent entrepreneurs. On est alors tenté d'accorder à la recherche du profit une importance décisive dans la compréhension des motivations de l'activité entrepreneuriale. »*[15]. En réalité, cette vision financière et utilitariste s'accompagne parfaitement du discours écologique. Considérer l'entreprise sociale comme ayant des objectifs environnementaux et sociaux y participe. Ces objectifs ne sont pas observés comme une finalité à atteindre (car c'est bien celui du profit qui prédomine), mais davantage comme des efforts ou une participation « à la bonne cause ». On en revient à un message central du publireportage : c'est à chacun et chacune d'ajouter une pierre à l'édifice sans remettre en cause les fondations de celui-ci.

Car il s'agit bien de cela. BNP Paribas se doit de porter un message en faveur d'une banque responsable douée d'une capacité de résilience. Qualifiée de « Positive banking », cette nouvelle approche du monde bancaire permettrait de construire un avenir plus durable tout en maximisant la recherche du profit. Investir son argent dans des actions « vertes », dans des « entreprises sociales » via les grosses banques permet de placer son argent « autrement ». Mais pour qui et aux dépens de qui ? A quoi participons-nous en continuant d'investir dans la finance ? Il y a là un paradoxe saisissant que de nous inviter à faire du profit de façon plus juste.

Qu'est-ce que ce type d'annonce commerciale dit de notre société ?

Changer de modèle de société et de système économique ne se fait pas en deux coups de cuillère à pot. C'est un processus profondément culturel et long. Pourtant l'urgence est-là. Beaucoup de gens l'ont compris, mais tous n'ont pas les capacités ou la volonté de réellement changer (et c'est aussi pour cela que le chemin peut prendre quelques générations !). Certaines personnes, parties prenantes, institutions ne veulent pas changer ou veulent nous faire croire qu'elles changent. C'est le cas des banques comme BNP Paribas Fortis. Aujourd'hui, cette banque est la plus importante en Belgique et représente une des plus grosses d'Europe si

on prend en compte tout le groupe BNP Paribas SA. Les actifs de cette dernière sont de 2.849,61 milliards d'euros[16] et elle participe grandement par ses soutiens financiers à l'industrie pétrolière et gazière. Il faut dire que la banque est le 4ème financeur mondial des énergies fossiles[17]. Depuis 2016, la banque a prêté 45,4 milliards de dollars[18] à des multinationales comme Total. Elle continue aussi de prêter à des entreprises qui explorent de nouveaux champs pétrolifères et gaziers.

À côté de cela, en usant de sa couleur de marque verte, la banque affiche être plus juste et plus durable en signalant être leader dans les investissements « durables ». Ses ambitions de durabilité se concrétisent dans de nouveaux types d'emprunt à la consommation favorables à la transition écologique ou encore dans la promotion du mécénat. Cette image de marque est bien évidemment entretenue via les médias. La production d'un publireportage comme « 60 secondes pour l'avenir » diffusé sur une chaîne publique y participe amplement. Souvent qualifiée de banque la plus polluante, il est flagrant que BNP Paribas Fortis tente de redorer son image en verdurisant les propos sur la finance tout en ne changeant rien au modèle. Ce qu'on appelle du *greenwashing*, en fait.

Le fait qu'une chaîne publique accepte la diffusion de ce genre de contenu en dit long sur notre acceptation et de notre incapacité à contrer les grandes entreprises et surtout à entrevoir une autre économie. Malgré la remise en cause de leurs pratiques par des mouvements citoyens, nous continuons à valoriser le mensonge d'une banque comme BNP Paribas Fortis. Le pire, c'est que le message de la banque finira par être entendu peut-être même cru, mais, dans le même temps, il risque de renforcer la méfiance vis-à-vis des banques, des médias et des nécessaires engagements sociaux et environnementaux. À force d'asséner leur phrase « Construire un monde plus juste et plus durable » dans leur rapport d'activités, en continuant à diffuser des publicités porteuses de ce message, nous finirons par croire que les banques nous veulent du bien. Pourquoi le croirons-nous ? Parce que nous sommes toutes et tous endettés auprès des banques. Notre dépendance à celles-ci nous empêche de voir clair dans leur jeu et surtout d'être réellement engagés dans des alternatives porteuses d'un autre idéal de société (le récent échec de New-B en est un triste exemple).

Qu'il s'agisse de particuliers ou d'entreprises, toutes et tous sommes liés à une banque durant un temps long de nos vies. Notre faculté de financement dépend tout simplement du bon vouloir d'institutions bancaires qui jugent notre capacité de remboursement. Les banques doivent donc continuer à nous faire croire à cette idée d'emprunter (et de consommer !) pour notre avenir tout en adaptant leur discours aux aléas du monde qui iraient à l'encontre de cette croyance. Si BNP Paribas Fortis parle « d'entrepreneuriat social » c'est parce que la banque sait ce que représente l'évocation de ce mot à notre époque. Sa survie dépend donc de sa force de persuasion dans ce domaine. BNP Paribas Fortis, comme d'autres banques, se montre parfois aussi plus persuasive au travers de fonds philanthropiques destinés à des associations. Il n'est donc pas rare de voir des structures associatives, notamment d'économie sociale et pourtant opposées à une financiarisation de l'économie, accepter cet argent. Il n'y a point de jugement de ma part à ce sujet, mais plutôt une volonté de démontrer encore notre dépendance aux banques. Si les associations acceptent ces fonds, c'est parce qu'elles souffrent justement du système capitaliste de plus en plus inégalitaire et excluant.

Dès lors, on comprend comment il est possible qu'une banque qui finance les énergies fossiles diffuse un publireportage à une heure de grande écoute sur une chaîne radio publique. Nous l'acceptons car nous ne savons pas faire sans elles.

Conclusion, pourquoi vaut-il mieux couper sa radio lorsque ce publireportage est diffusé ?

Je n'irais pas trop vite en besogne. Nier un propos n'est pas la meilleure des options si on souhaite éviter l'immobilisme. En ce qui concerne le publireportage « 60 secondes pour l'avenir », je vous inviterais tout d'abord à bien écouter un épisode et à vous poser les questions là où le doute subsiste. Comprendre le fond d'un discours et surtout sa finalité est une première étape importante avant de considérer son éviction. Certes, je pense que ce type de contenu ne devrait pas être diffusé ou alors être accompagné d'un travail d'éducation aux médias. Ce qui serait difficilement envisageable dans le chef de la RTBF qui est payé pour cette diffusion.

Il convient aussi de ne pas se résigner. Avec l'immobilisme, c'est en effet un écueil qui nous tend les bras. Je pense au contraire qu'il faut continuer à critiquer de tel propos qui nous écartent des réelles alternatives. Il faut davantage se concentrer sur ces dernières en les valorisant. L'économie sociale en rassemble de nombreuses encore faut il qu'elle soit bien entendue, comprise et suffisamment financée si on veut retenir un message réellement central de ce publireportage de « 60 secondes pour l'avenir ».

Des fonds privés dits « éthiques » existent, promus par des institutions bancaires, mais seuls 17% d'entre eux le sont réellement, comme l'indique un rapport de Financité[19]. L'économie sociale est de plus en plus obligée de se tourner vers ces fonds pour maintenir des activités essentielles qui ne sont plus suffisamment soutenues par les pouvoirs publics malgré le rôle crucial qu'elles jouent. Le risque d'instrumentalisation de l'économie sociale par les institutions financières et bancaires est donc important, davantage pour montrer qu'elles font quelque chose que pour le faire réellement. Récemment, chez nos voisins français, ce manque de soutien de l'économie sociale a été relevé par le journal Reporterre. « Sur les 491 milliards d'euros du budget total de l'État, seuls 22,4 millions seront accordés à l'économie sociale et solidaire (ESS) en 2024. […] Dans la galaxie de l'ESS, cette part de 0,0046 % du budget de l'État est devenue un symbole. […] Pour les défenseurs de l'ESS, ce énième rendez-vous manqué avec l'État est d'autant plus préjudiciable que leurs initiatives sont à même de répondre aux défis sociaux et écologiques de demain. »[20] On le voit, le tableau n'est pas resplendissant …

Alors, lorsqu'une grosse banque dit participer à un avenir plus durable en surfant sur la vague de l'entrepreneuriat social et en instrumentalisant l'économe sociale, on se dit qu'il reste encore du travail pour que l'économie soit envisagée différemment. Ne soyons pas dupes et continuons à débattre !

Bibliographie

[1]Garbarczyk, G. (2018). Dépasser la pensée colibri. SAW-B, [en ligne] Dépasser la « pensée colibri» - SAW-B Fédération d'économie sociale

[2]Guémart, L. (2023). Ce que les publireportages font au journalisme. Arrêt sur images, [en ligne] Ce que les publireportages font au journalisme - Par Loris Guémart | Arrêt sur images (arretsurimages.net)

[3] RTBF (2023). 60 secondes pour l'avenir. RTBF, [en ligne] 60 secondes pour l'avenir, un podcast accessible gratuitement sur Auvio - Auvio (rtbf.be)

[4]Raisière, Y. (2022). BNP Paribas Fortis et la RTBF : s'il te plaît, Jean-Paul, mets fin à ça ! Tchak, [en ligne] BNP Paribas Fortis et la RTBF : s'il te plaît, Jean-Paul, mets fin à ça ! (tchak.be)

[5]Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2023). RTBF 2023 – Communication commerciales. CSA, [en ligne] RTBF 2023 – Communications commerciales – CSA Belgique

[6]Certains chercheurs issus de l'école économique néolibérale véhiculent cette idée comme ces deux auteurs qui soulignent : « L'économiste fait l'hypothèse que la maximisation du profit est la raison d'être des entreprises. » Keller, S. Browaeys, J. (2009). Guide des indicateurs de marché. Cairn, [en ligne] Chapitre 9. Les bénéfices | Cairn.info

[7]« Le seuil de rentabilité, aussi appelé point mort ou d'équilibre, indique la quantité qu'il faut produire et vendre, ou le chiffre d'affaires qu'il faut réaliser pour avoir un résultat nul. Le point mort est le volume ou la valeur des ventes à partir de laquelle une activité est rentable, la totalité des coûts étant couverte par le produit des ventes obtenues ». Stern, P. Schoettl, J.M. (2019). La boîte à outils du management. Cairn, [en ligne] Outil 51. La détermination du seuil de rentabilité | Cairn.info

[8]Comme SAW-B le présentait lors de cet atelier le 27 novembre 2023 Atelier – 27/11 – Comprendre la rentabilité de votre entreprise. - SAW-B Fédération d'économie sociale

[9]« Le bénéfice ou le profit résulte de la constatation pour une période donnée d'une différence positive entre, d'une part la somme des recettes réelles et d'autre part d'autre part la somme des dépenses ». Bénéfice — Wikipédia (wikipedia.org)

[10]Pour écouter l'épisode visé. 60 secondes pour l'avenir, un podcast accessible gratuitement sur Auvio - Auvio (rtbf.be)

[11]Selon une définition élargie de l'économie sociale, ce chiffre est correct. Dans cette définition qui envisage l'économie sociale comme un secteur sont compris les hôpitaux, l'enseignement obligatoire et les mutuelles. Ces derniers sont fortement gérés par le Public ce qui remet en question le principe d'autonomie de gestion. Ce chiffre du taux d'emploi est donc à nuancer. Observatoire de l'économie sociale (2023). L'état des lieux de l'économie sociale en 2021. Les cahiers de l'observatoire, [en ligne] Publications | L'Observatoire de l'économie sociale (observatoire-es.be)

[12].Defourny, J. Nyssens, M. (2013) L'approche EMES de l'entreprise sociale dans une approche comparative. EMES, [en ligne] El enfoque EMES de empresa social desde una perspectiva comparada

[13]De Bolster, H. (2018). Identités et dynamiques plurielles de l'économie sociale. SAW-B, [en ligne] Identités et dynamiques plurielles de l'économie sociale - SAW-B Fédération d'économie sociale

[14]Décret de 2008 relatif à l'économie sociale, 1 - WALLEX (wallonie.be)

[15]Zalio, P.P. (2014). Dictionnaire sociologique de l'entreprenariat. Cairn, [en ligne] Profit | Cairn.info

[16]Statista (2023). Classement des principales banques européennes selon le total des actifs nets. Statista, [en ligne] Classement des banques européennes selon le total des actifs 2022 | Statista

[17]Les amis de la Terre (2023). Climat : BNP fait un petit pas mais ne répond toujours pas au consensus scientifique. [en ligne] Climat : BNP fait un petit pas mais ne répond toujours pas au consensus scientifique | Les Amis de la Terre

[18]Les amis de la Terre (2023).*op cit*.

[19]Financité (2018) L'investissement socialement responsable en Belgique, Financité [en ligne] https://www.financite.be/sites/default/files/references/files/rapport_isr_20180618.pdf

[20]Reporterre (2023) l'économie sociale et solidaire : un acteur de poids au budget public minuscule. Reporterre [en ligne] L'économie sociale et solidaire : un acteur de poids au budget public minuscule (reporterre.net)

Avec le soutien de

Ce texte vous parle, nos idées vous interpellent ? C'est le but !

Cette analyse s'inscrit dans notre démarche de réflexion et de proposition sur des questions qui regardent la société. Si vous voulez réagir ou en discuter avec nous au sein de votre groupe, de votre espace, de votre entreprise, prenons contact. Ensemble, faisons mouve-ment pour une alternative sociale et économique !

N'hésitez pas à nous contacter : info@saw-b.be ou 071 53 28 30

À la fois fédération d'associations et d'entreprises d'économie sociale, agence-conseil pour le développement d'entreprises sociales et organisme d'éducation permanente, SAW-B mobilise, interpelle, soutient, et innove pour susciter et accompagner le renouveau des pratiques économiques qu'incarne l'économie sociale. Au quotidien, nous apportons des réponses aux défis de notre époque.

Rédaction : Olivier de Halleux
Relecture : Joanne Clotuche
Illustration : IA - Bing-Creator