

## Le Pnud veut convaincre les entreprises de faire des affaires avec les pauvres

PUBLICITÉ n° : D4.07.2008 | 13/15

**Le Programme des Nations unies pour le développement (Pnud) entend convaincre les entreprises qu'il est de leur intérêt de faire des affaires avec les pauvres, qui sont au nombre de 2,4 milliards dans le monde.**

"Il ne s'agit pas de philanthropie. Entreprendre avec les populations pauvres c'est un moteur d'innovation qui crée des marchés et de nouveaux espaces de croissance", a affirmé jeudi à Rabat le représentant du Pnud au Maroc Mourad Wahba.

Un rapport intitulé "Les entreprises face aux défis de la pauvreté: stratégies gagnantes", rendu public cette semaine, assure que "faire des affaires avec les populations pauvres peut parfois générer des taux de rendement plus élevés que sur les marchés développés" en citant notamment certaines institutions de micro-crédits qui ont obtenu des rendements de capitaux supérieur à 23%.

L'étude assure que les pauvres sont aussi des consommateurs et que les quatre milliards de personnes gagnant moins de 8 dollars par jour ont un revenu cumulé d'environ 5.000 milliards de dollars, soit le revenu national brut du Japon.

Mais, cette population, constate le Pnud, souffre d'une "pénalisation de la pauvreté", c'est à dire qu'elle paie parfois plus cher que les consommateurs riches pour des produits et service de première nécessité, comme les crédits, l'électricité ou les soins de santé.

Elle note également que faire des affaires avec les pauvres favorise l'innovation "qui contribue à la compétitivité de l'entreprise en offrant par exemple de nouvelles combinaisons de prix et de performance".

Cela permet aussi aux entreprises de disposer de davantage de main d'oeuvre et de "renforcer les chaînes de valeur, en se procurant sur place les biens et produits dont elles ont besoin et en intégrant les pauvres dans la chaîne de valeur de l'entreprise comme producteurs, fournisseurs, distributeurs, revendeurs ou franchisés", estime le Pnud.

En contrepartie, en investissant dans ce secteur, les entreprises répondent aux besoins essentiels de cette population pauvre en lui permettant de devenir plus productive, en augmentant son revenu et en la démarginalisant.

Pour réussir, le rapport cerne cinq obstacles : le manque d'information sur le "marché des pauvres", l'inefficacité du cadre réglementaire dans ces populations car les règles et les contrats ne sont pas appliqués, l'absence des infrastructures comme les transports, l'eau, l'électricité, les télécommunications, le manque de connaissance et de compétence de ces populations et l'accès restreint aux produits et service financiers.

AFP



Mourad Wahba, nouveau représentant du Pnud au Maroc. (Photo : [www.emarakech.info](http://www.emarakech.info))