

# Des ONG à l'esprit d'entreprise

**CEAS. Reçoit le soutien de la Banque Bonhôte.**

**GASPARD KÜHN**

«Aucune activité écologique n'a de sens si elle ne s'accompagne pas d'un projet économique.» Daniel Schneider est formel. Pour le directeur du Centre écologique Albert Schweizer (CEAS), le développement passe d'abord par l'esprit d'entreprise, avant toute considération idéologique. C'est dans cette optique que l'ONG neuchâteloise œuvre depuis 30 ans. À l'heure de fêter son anniversaire, la fondation lance un «roadshow écologique» pour faire connaître son action.

Créé au début des années 1980 par trois amis, dont Willy Randin, le CEAS s'est spécialisé dans le transfert de technologies vertes pour favoriser l'implantation de micro-entreprises en Afrique. L'ONG a tissé un réseau d'ingénieurs auprès des hautes écoles suisses, qui lui fournissent des innovations proches des besoins du terrain. Au Burkina Faso, par exemple, la mise en place de sécheresses a connu un succès exponentiel. On y compte aujourd'hui 270 installations pour sécher les fruits.

Cette réussite a conduit le CEAS à repenser son action, de manière plus tôt inattendue: «Comme nous restons une fondation à but non-lu-

cratif, nous avons décidé de privatiser notre centre de formation au Burkina Faso, car il générerait suffisamment de profits pour s'autofinancer.» De l'action du CEAS est ainsi née Diman SA, une entreprise africaine dans laquelle l'ONG suisse n'occupe plus qu'un siège au conseil d'administration. «La coopération suisse ne croyait pas à notre projet de privatisation, mais nous l'avons tout de même finalisé.»

Et le CEAS ne compte pas en rester là. Depuis le début de l'année, il implante des sécheresses de poisson fonctionnant à l'énergie solaire. Au Burundi, l'ONG commence même à ouvrir des boutiques bios. «On nous rétorque qu'il n'y a aucune demande pour ce type de produits en Afrique, mais nous préférons anticiper, aider les agriculteurs à saisir les nouvelles opportunités qui se présentent.» Cette attitude est typiquement à su convaincre plusieurs partenaires privés de la région de Neuchâtel de soutenir l'ONG.

C'est notamment le cas de Banque Bonhôte. Entretien avec le président du conseil d'administration de l'établissement, Jean Berthoud.

**Quelles relations Banque Bonhôte et le CEAS entretiennent-ils?**

**Jean Berthoud:** Je m'intéresse depuis longtemps à l'action de cette ONG. Plus jeune, j'ai même siégé

à son comité de soutien. Il m'arrivait d'aller vendre des mangues au marché avec ma femme! Par la suite, le développement de la Banque Bonhôte m'a progressivement amené à me détacher de cette activité, même si j'ai continué à suivre et à soutenir le CEAS. Nous participons aujourd'hui au financement de la campagne qui célèbre les 30 ans du CEAS.

**D'où vient cet intérêt pour l'ONG?**

Il me paraît important de soutenir l'économie des pays d'Afrique francophone, pour garantir une certaine diversité sur ce continent. Et je suis impressionné par l'action du CEAS dans ce domaine. Cette ONG neuchâteloise parvient à réaliser des projets concrets en Afrique, autour des besoins réels de communautés, y compris rurales. On est loin de la logique de la Banque mondiale, qui impose parfois des programmes par le haut. Je suis également sensible au message écologique, puisque le CEAS implante des technologies vertes en Afrique. Le solaire correspond, pour reprendre l'exemple de Denis de Rougemont, à une ressource démocratique.

**Etes-vous allé voir les réalisations du CEAS sur le terrain?**

Oui, je me suis rendu à Madagascar, où l'ONG a favorisé le développement de fabriques de brosses.

Tous les matériaux se trouvaient déjà sur place, mais il fallait encore amener la technologie, pour permettre l'implantation d'entreprises. Leur vocation est d'atteindre une certaine rentabilité. Seule la logique du profit permettra à l'Afrique de s'en sortir, comme cela s'est déjà produit en Asie.

**Est-ce le rôle d'une banque de soutenir une ONG?**

La question mérite d'être posée. En la matière, je suis plutôt un adepte de Milton Friedman. Ce n'est pas aux entreprises d'être généreuses, mais aux individus de prendre des initiatives personnelles. Je reste sceptique face au mécénat à large échelle de certains grands groupes. Dans le cas du CEAS, il s'agit toutefois d'une relation de long terme avec la Banque Bonhôte. Notre clientèle est d'ailleurs sensible à ce genre de gestes.

**Avez-vous créé des produits financiers pour tirer parti des marchés frontières en Afrique?**

Non, c'est un vœux rêvé que je caresse, mais je ne suis pas encore parvenu à le concrétiser. Les marchés frontières demeurent risqués; ils ne correspondent pas forcément aux aspirations de la clientèle suisse. Nous étudions toutefois la possibilité de créer une offre de placements en micro finance. ■

ment de cette industrie proviendront à moyen terme de la distribution, plutôt que de regroupements de fabricants. En 20 ans, le nombre de producteurs influents d'appareils auditifs s'est en effet déjà contracté de 30 à 6, dominant aujourd'hui plus de 90% du marché mondial. Alors que les rumeurs, persistantes depuis des mois, d'une vente par Siemens de ses activités dans ce domaine sont de nature à renforcer les positions de Sonova et du groupe danois William Demant, coté lui à Copenhague, numéro trois du secteur avec 18% du marché mondial, derrière Siemens (20%) précisément et Sonova (25%).

«Un appareil haut de gamme tel que le Phonak Naida coûte 100 francs à Sonova, qui le vend 1500 francs au distributeur, qui le facture 4500 francs au patient» rappelle Christoph Gubler, spécialiste du secteur à la Banque Vontobel et co-auteur avec Carla Bänziger, de l'étude prospective sur l'impact des nouveaux enjeux de la distribution sur ce marché. Comme pour illustrer le potentiel de réduction de coûts du secteur, mais aussi la capacité du groupe zurichois à faire face à une pression sur les prix. L'explication officielle de la marge laisse aux détaillants tient aux coûts de configuration et d'ajustement aux besoins spécifiques de chaque patient. Mais l'explication réside aussi dans la structure de distribution très onéreuse de la profession (En Suisse, il n'y a que trois fois plus de pharmaciens, alors que moins de 2% de la population rend visite à un audioprothésiste au moins une

pose un défi à leur intégration successive. Ce sont donc les réseaux de distribution alternatifs, soit les chaînes d'opticiens, de pharmacie et les drugstores qui sont en passe de remodeler le mode de fonctionnement de la profession, selon Vontobel. En proposant des appareils standardisés et préconfigurés à des prix nettement plus avantageux, grâce à des volumes plus étouffés. Une fois que le marché aura atteint un certain seuil de défragmentation, il deviendra dans l'intérêt des fabricants d'œuvrer à sa consolidation. Comme l'ont d'ailleurs déjà fait Sonova et surtout, William Demant. Ces deux groupes sont d'ailleurs perçus comme les grands gagnants de la mutation du secteur à long terme. Les perspectives sont jugées prometteuses aussi, à plus court terme surtout, pour la société australienne Cochlear, grâce à son expertise dans les implants. Le groupe HAL, qui contrôle Audionova, devrait aussi contribuer à la consolidation. En revanche les acteurs établis de la distribution, Amplifon, Audika et Hear USA devraient voir leurs parts de marchés s'éroder sous le poids de leurs structures de coûts ou d'une capacité insuffisante à générer les liquidités requises pour croître. (PK).

-----

**LE ZURICHOIS SONOVA,**  
**LE DANOIS WILLIAM**  
**DEMANT ET**  
**L'AUSTRALIEN COCHLEAR**  
**GAGNANTS**  
**DE CETTE MUTATION**  
**À LONG TERME.**