

BAROMÈTRE DE LA MICROFINANCE 2012

3^{ème} Édition

Éditorial

Jean-Michel Severino
Président de Convergences 2015

Depuis son émergence il y a 30 ans, la microfinance a connu des années fastes marquées par une croissance très forte, un écho important auprès des professionnels du développement et dans l'opinion publique et l'attribution, en 2006, du prix Nobel de la paix à Muhammad Yunus, le concepteur du microcrédit.

Si elle a pu être considérée pendant plusieurs années comme la panacée pour lutter contre la pauvreté, la microfinance est ébranlée depuis 2010 par plusieurs crises localisées (Inde, Maroc, Nicaragua...), qui ont conduit les acteurs du secteur à s'interroger sur leurs pratiques, à se renouveler et à innover pour renouer avec la mission sociale de la microfinance tout en construisant des modèles économiques plus durables.

Convergences 2015 souhaite s'inscrire dans cette dynamique de réflexion et de changement. En mai 2011, elle a lancé l'Appel de Paris pour une microfinance responsable, qui a recueilli plusieurs milliers de signatures autour de la défense de la mission sociale des institutions de microfinance et du rejet de la commercialisation excessive du secteur.

En publiant pour la troisième année consécutive le Baromètre de la Microfinance, Convergences 2015 vise à présenter les grandes tendances de la microfinance dans le monde et approfondir les enjeux clés du secteur, au travers d'articles d'analyse, de plaidoyer et de retours d'expérience qui soulignent les défis de la microfinance et mettent en valeur les solutions émergentes.

En 2012, nous avons choisi de remettre les clients au centre de la réflexion. Qui sont-ils ? Quels sont leurs besoins ? Comment mieux répondre à leurs attentes ? Autant de questions qui sont au cœur du repositionnement de la microfinance dans le monde, mais aussi en France, à laquelle nous consacrons un Cahier Spécial.

Le Baromètre de la Microfinance 2012 présente également des données chiffrées, complétant les statistiques internationales du MIX Market par des chiffres issus de deux enquêtes exclusives auprès des acteurs français de la microfinance à l'international et des acteurs de la microfinance en France. Ces enquêtes dévoilent le dynamisme du secteur, qui ne cesse de croître en valeur comme en nombre de bénéficiaires.

Pour la troisième année consécutive, le Baromètre de la Microfinance propose également les résultats d'un sondage Ipsos exclusif sur la perception de la microfinance par les Français.

Au-delà du Baromètre de la Microfinance, Convergences 2015 poursuit sa réflexion lors d'un Forum mondial en septembre 2012 consacré aux Objectifs du millénaire pour le développement, d'événements réguliers tout au long de l'année et d'un site internet relayant les actualités des acteurs de la solidarité (www.convergences2015.org).

Mobilisez-vous à nos côtés !



CONVERGENCES
SOLIDAIRES ET RESPONSABLES : 2015
INVESTIR ET AGIR POUR LES OBJECTIFS DU MILLENAIRE

En partenariat avec :



© Hélène Grégoire/ACTED

Mieux connaître et mieux servir les clients de la microfinance

Très médiatisées, les crises de la microfinance ont mis en lumière des dérives dans les comportements de certains acteurs du secteur : pratiques commerciales agressives, taux d'intérêt usuriers... Mais ces crises – et le surendettement qui souvent les accompagne – ont surtout révélé les faiblesses inhérentes à un secteur encore récent, qui a connu en quelques années des mutations et une croissance importante auxquelles il doit

adapter ses méthodes, ses structures et sa régulation. Les professionnels du secteur s'accordent à dire que ces crises localisées ne constituent en aucun cas une remise en cause de la microfinance en tant qu'outil de développement, mais appellent des changements dans les pratiques des institutions de microfinance (IMF) et des acteurs qui les entourent (investisseurs, régulateurs...). Dans la continuité du Baromètre de la Microfinance 2011, qui proposait un dossier spécial intitulé « Pour un retour

à une microfinance plus sociale », le Baromètre de la Microfinance 2012 poursuit la réflexion sur l'amélioration des pratiques de la microfinance et lance un appel pour mieux connaître et mieux servir les clients de la microfinance. Mieux les connaître, car il s'agit d'abord d'analyser et de comprendre les besoins réels des personnes les plus pauvres dans toute leur pluralité. Mieux les servir, ensuite, en adaptant l'offre des IMF pour répondre au mieux aux attentes des clients. La diversification des produits

– plusieurs types de microcrédits, micro-épargne, micro-assurance – et l'amélioration de l'accessibilité des services financiers ouvrent de nouvelles perspectives.

DOSSIER SPÉCIAL

>>> page 3



Entretien

Sam Daley-Harris

Fondateur de La Campagne
du Sommet du Microcrédit

“ Je vois surtout
un avenir pour la
microfinance qui place les clients
au centre de ses préoccupations. ”

>>> page 12

Cahier France



> La microfinance en France

> Sondage Ipsos exclusif

Antoine Pompa,
Gérant d'Espace Foot

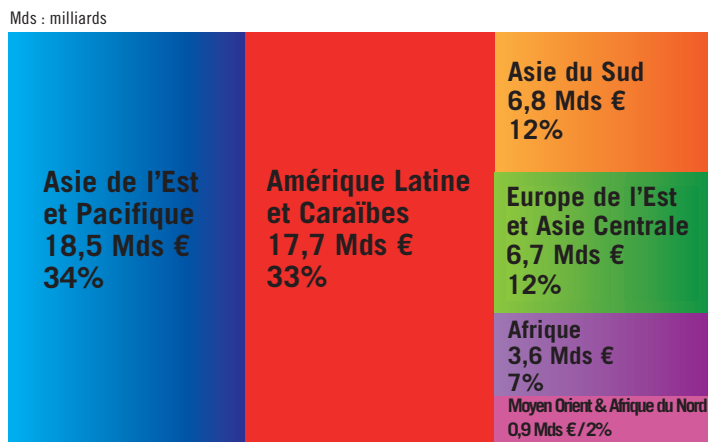
>>> page 5

Sommaire

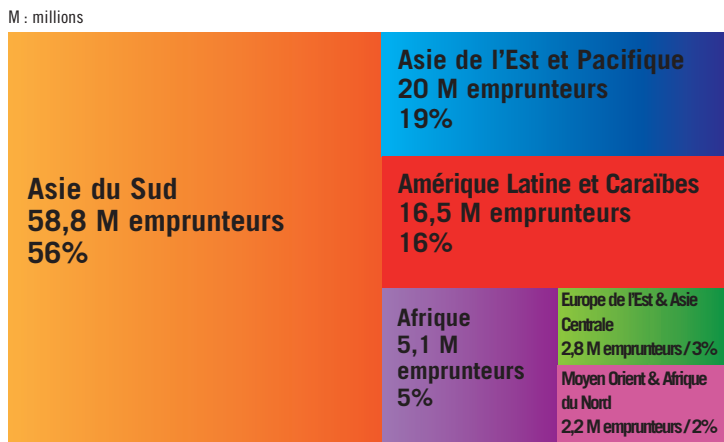
Les grandes tendances de la microfinance dans les pays en développement p. 2 ■ DOSSIER SPECIAL - Comprendre les personnes exclues et les personnes éloignées du système bancaire p. 3 ■ Remettre les clients au cœur de la microfinance p. 4 ■ Portraits de clients p. 4 ■ CAHIER FRANCE - Les enjeux de la microfinance en France p. 5 ■ Portraits de clients p. 5 ■ ENQUÊTE - La microfinance en France p. 6 ■ Les enjeux de l'inclusion bancaire p. 7 ■ SONDAGE - Que pensent les Français de la microfinance ? p. 8 ■ L'impact du microcrédit professionnel en France et dans les pays du Nord p. 8 ■ DOSSIER SPECIAL - SUITE - Améliorer la qualité des services financiers p. 9 ■ ENQUÊTE - Les acteurs français de la microfinance à l'international p. 10 ■ Les coopératives financières p. 11 ■ Entretien avec Sam Daley-Harris p. 12 ■ L'Appel de Paris pour une microfinance responsable p. 12 ■

Les grandes tendances de la microfinance dans Les pays en développement

Répartition géographique du secteur de la microfinance en 2010*



Portefeuille de prêts brut en 2010*
Total de 54 milliards €



Nombre d'emprunteurs actifs en 2010*
Total de 105 millions d'emprunteurs actifs

Profil des emprunteurs actifs en microfinance en 2010*

Nombre d'emprunteurs actifs	105 millions d'emprunteurs actifs
% de femmes emprunteurs	80%
% d'emprunteurs vivant en zones rurales	70%
Taille du prêt moyen par emprunteur (€)	426
% d'emprunteurs servis par des crédits de groupe	83%
% d'emprunteurs servis par des crédits individuels	17%

*Echantillon des 1193 IMF reportant au MIX Market en 2010

Les changements en cours dans le secteur de la microfinance

Face au grand nombre de clients exclus du système financier et qui représentent un vaste éventail de besoins divers et complexes, la microfinance continue de prendre de l'ampleur et tente d'offrir aujourd'hui un ensemble de produits et services diversifiés, incluant par exemple de manière croissante la micro-épargne et la micro-assurance. Selon les données les plus récentes, les 1193 fournisseurs de services financiers reportant au MIX Market servaient, au mois de décembre 2010, plus de 105 millions d'emprunteurs pour un encours de prêts de 54 milliards d'euros. Plus de 56% des clients de la microfinance vivent en Asie du Sud et environ 80% sont des femmes. Cependant, alors que la moitié de la population adulte mondiale est encore non bancarisée, le défi de l'accès aux services financiers demeure un enjeu très important.

L'année fiscale 2010 a été une année de croissance importante pour la microfinance à la fois en termes de portefeuille de prêts et de nombre d'emprunteurs actifs, qui ont augmenté respectivement de 24% et de 12%. Les zones de l'Asie de l'Est et Pacifique et de l'Amérique Latine et des Caraïbes représentent les régions les plus importantes avec respectivement 34% et 33% du portefeuille mondial de prêts en 2010. Dans la région Amérique Latine et Caraïbes, la forte croissance du portefeuille et les montants élevés de prêts peuvent être

attribués à la solidité des économies locales, et plus particulièrement à celle du Pérou. On peut s'attendre à ce que l'encours de portefeuille de l'Asie du Sud décline lorsque les chiffres de la fin de l'année 2011 seront disponibles en raison de la crise en Andhra Pradesh (Inde) qui aurait causé des pertes représentant environ un quart de la valeur du marché indien. L'Afrique représente actuellement 7% du portefeuille de prêts brut mondial, mais avec seulement 24% de la population adulte disposant d'un compte bancaire, on peut s'attendre à une forte croissance. Enfin, environ 56% des institutions reportant au MIX Market en 2010 ont la capacité d'accepter des dépôts bancaires, ce qui leur offre l'opportunité de développer des produits d'épargne pour leurs clients.

Pour répondre à une demande en constante augmentation, le secteur a vu de plus en plus de banques et d'institutions financières réglementées proposer leurs services à des populations qui étaient jusque-là exclues. En 2010, plus de 61% des emprunteurs actifs ont été servis par des banques ou des institutions réglementées (représentant 84% du portefeuille de prêts) et environ 42% des clients (ou 36% du portefeuille) étaient servis par des institutions à but non lucratif. Il est probable que le changement d'échelle de la microfinance sera mené en grande partie par des banques généralistes réglementées, capables d'offrir aux clients à faibles revenus des produits et services diversifiés en crédit, épargne et assurance et répondant à des besoins spécifiques. Pour

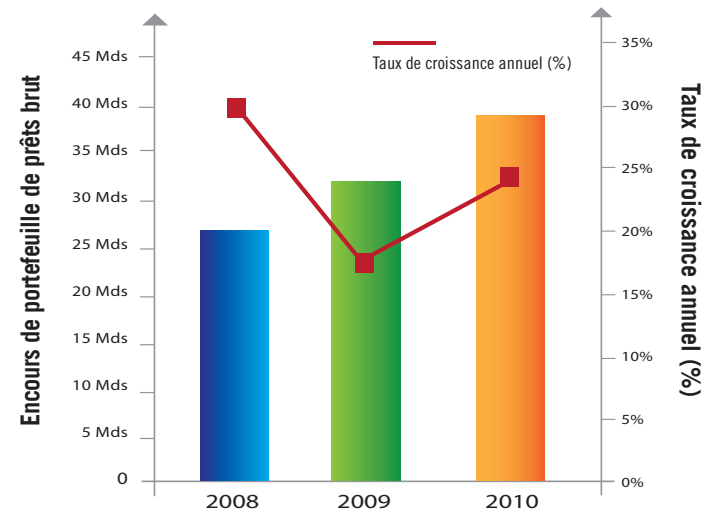
illustrer ce changement d'échelle des opérations en microfinance, il est intéressant de noter qu'à l'heure actuelle, sur les 1193 fournisseurs de services financiers reportant au MIX Market, les 100 plus grandes institutions représentent environ 82% du portefeuille de prêts bruts mondial et 80% des emprunteurs actifs.

La microfinance a été le moteur principal qui a permis d'atteindre l'objectif d'inclusion financière de la moitié de la population mondiale. Cependant, avec de nouvelles innovations technologiques telles que les services bancaires par téléphonie mobile, les cartes prépayées ou l'exploration de nouveaux canaux de distribution, le secteur de la microfinance est en train de connaître des changements importants dans le but d'étendre ses services aux populations les plus difficiles d'accès. Pour aider à bâtir des institutions qui peuvent combler le fossé de l'accès aux services financiers, des acteurs tels que Citi et le MIX Market travaillent avec le secteur de la microfinance afin de faire croître les institutions de microfinance et de diversifier le choix de produits pour élargir l'accès aux services financiers.

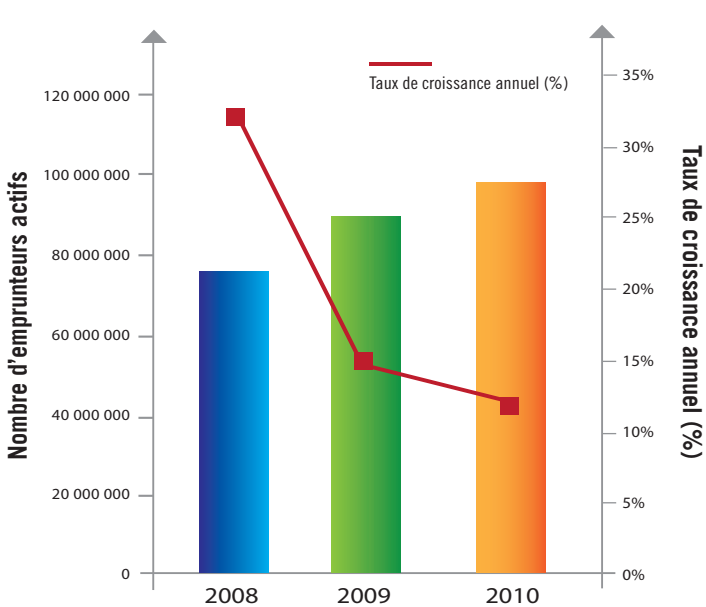
BOB ANNIBALE
DIRECTEUR INTERNATIONAL
CITI MICROFINANCE ET CITI COMMUNITY DEVELOPMENT
WWW.CITIMICROFINANCE.COM

MARTEN LEIJON
DIRECTEUR GENERAL
MIX MARKET
WWW.MIXMARKET.ORG

Evolution du portefeuille de prêts brut (€)**



Evolution du nombre d'emprunteurs actifs**



**Echantillon fixe de 775 IMF reportant au MIX Market de 2008 à 2010

Petite histoire de la microfinance

1462 - Le moine italien Barnabé de Terni fonde une institution caritative, le Monte di Pietà, en Italie, pour lutter contre l'usure.

1653 - Un financier italien, Lorenzo Tonti, crée en France une nouvelle formule d'épargne sous forme d'association d'épargnants. Il donnera son nom à la tontine.

1720 - A Dublin, Jonathan Swift est le premier à prêter des petits montants à des artisans pauvres de la ville.

1864 - L'Allemand Friedrich-Wilhelm Raiffeisen fonde en Rhénanie la première société coopérative de crédit mutuel. Son

objectif : offrir aux banques des cautions mutuelles afin que les paysans démunis accèdent au crédit.

1880 - En France, le Père Ludovic de Besse fonde le Crédit Mutuel et Populaire, qui sera à l'origine de Banque Populaire. Dans les années qui suivent, l'État français lance, sur le modèle Raiffeisen, le Crédit Agricole pour tenter de réorganiser et soutenir l'agriculture.

Années 1970 - Développement des mutuelles d'épargne et de crédit dans les pays en développement après l'échec des banques de développement rural financées par l'aide internationale et les États dans les années 1950. Mise en place

de programmes expérimentaux de microcrédits consentis à des groupes de femmes pauvres : en Inde (SEWA), au Brésil (ACCION International) et au Bangladesh (Grameen Bank, créée par Muhammad Yunus qui en 1976 octroyait de sa poche un crédit de 27 USD à 42 femmes à Jobra, Bangladesh).

1989 - En France, Maria Nowak crée l'Association pour le droit à l'initiative économique (Adie).

2005 - Les Nations-Unies déclarent 2005 Année internationale du microcrédit, sous le slogan « Mettre en place des secteurs financiers participatifs pour atteindre les Objectifs du millénaire pour le développement ».



2006 - Le Professeur Muhammad Yunus et la Grameen Bank, qu'il a fondée en 1976, reçoivent conjointement le prix Nobel de la paix.

2009-2012 - Suite à plusieurs crises localisées, plusieurs initiatives sont lancées pour renforcer la supervision, la transparence et la performance des institutions de microfinance.

Comprendre les personnes exclues et les personnes éloignées du système bancaire

Environ 2,5 milliards d'adultes n'ont pas de compte en banque officiel. Cela représente 50% des adultes dans le monde. La plupart d'entre eux se concentre dans les économies en développement où 59% des adultes n'ont pas de compte dans une institution financière formelle. La géographie, bien sûr, importe aussi. L'Afrique subsaharienne, le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord ont le taux de bancarisation le plus bas, autour de 20%. Toutes les personnes exclues du système bancaire ont une chose en commun : elles n'ont pas accès à un large éventail de services financiers. Cependant, leurs profils sont très divers. La base de données de la Banque Mondiale sur l'inclusion financière dans le monde (Global Findex), une enquête détaillée sur la demande dans 148 économies, fournit un aperçu de cette diversité. Grâce à des entretiens avec 150 000 individus conduits par Gallup Inc., nous avons des preuves solides que certains segments de clientèle sont davantage exclus que d'autres. Si vous êtes une femme, si vous habitez dans un secteur rural, si vous vivez avec moins de 2 USD par jour, si vous êtes jeune, alors vous avez moins facilement accès à une banque.

- Au niveau mondial, 23% seulement des adultes vivant avec moins de 2 USD par jour disent avoir un compte dans une institution financière formelle (contre 50% de tous les adultes dans le monde).
- Si vous êtes une femme dans un pays pauvre, vous avez moins de chance qu'un homme d'avoir un compte en banque (37% contre 46%).
- En Afrique subsaharienne, le taux de possession d'un compte pour les adultes qui vivent en ville est plus de deux fois supérieur à celui des adultes vivant dans des bourgs/villages de moins de 10 000 habitants.

■ Seulement 7% des adultes dont le revenu se situe dans le dernier quintile au Moyen Orient et en Afrique du Nord ont accès à un compte dans une institution financière formelle.

Les pauvres ont des vies financières actives

Même si plus de la moitié des adultes qui travaillent n'ont pas de compte formel, nous savons que les pauvres mènent des vies financières étonnamment actives. Ils gèrent des risques, lisent leur consommation et se constituent des actifs de façon ingénieuse et complexe. Il se peut qu'ils n'aient pas de compte officiel, mais ils utilisent une myriade d'instruments et de sources informelles.

D'où nous viennent les informations sur la gestion financière quotidienne de différents types de clients ? Ces dernières années, des livres comme les « Portfolios of the Poor » nous ont montré la texture de la vie financière des pauvres. En moyenne, les ménages du Bangladesh, par exemple, retirent ou injectent chaque année dans les services financiers une somme d'argent qui représente deux tiers de leur revenu annuel en espèces. En Inde, les ménages concluent en moyenne tous les quinze jours de nouveaux accords de financement – avec un prêteur, un « garde-monnaie », un club d'épargne ou un prestataire de services formel, entre autres.

Une étude commandée par la Fondation Bill & Melinda Gates et conduite par Oliver Wyman a fourni une segmentation utile des adultes en âge de travailler qui vivent avec moins de 2 USD par jour. L'étude a montré que, sur les 1,6 milliard d'adultes en âge de travailler, plus de 600 millions sont de petits agriculteurs alors que seulement 180 millions sont des micro-entrepreneurs (voir graphique). L'étude a aussi permis de déceler que 800 millions de jeunes (non

comptabilisés dans les 1,6 milliard) ont besoin de services financiers, bien qu'ils ne soient pas en âge de travailler.

Dans des pays comme le Mexique, des travaux de recherche récents sur la segmentation commandés par le CGAP et réalisés par McKinsey nous aident aussi à comprendre que la principale activité économique d'une famille n'est qu'une dimension à prendre en compte pour la segmentation ; la régularité des flux de revenus et les aspirations des ménages sont aussi des éléments déterminants pour comprendre de quel type de produits financiers ils ont besoin.

Débloquer l'expansion responsable du marché

Nous savons, en combinant les données du Microcredit Summit et du MIX Market, que la masse des clients qui bénéficient aujourd'hui de l'industrie de la microfinance – environ 200 millions de personnes – sont des micro-entrepreneurs urbains. Nous n'avons pas encore pris la mesure de la demande potentielle. Néanmoins, essayer d'atteindre d'autres clients sans totalement comprendre qui ils sont et ce dont ils ont besoin peut se révéler contre-productif. Sur certains marchés, offre excédentaire et manque d'accès peuvent co-exister. Ce que nous voulons dire est que si l'offre consiste largement en un produit ordinaire de prêt de fonds de roulement, le marché potentiel pourrait être bien plus petit que ce que nous avons imaginé. Mais si l'offre est variée, à la fois en termes de services financiers, de points d'accès et de canaux de prestations, alors la demande pourrait être très grande.

Mettre en place un système qui permet d'observer les clients, de les écouter et d'exploiter leurs données est essentiel aux prestataires et aux décideurs politiques pour qu'ils fassent bien leur travail. Et une



*Source : Oliver Wyman (2007), *Sizing and Segmenting Financial Needs of the World's Poor*, article inédit commandé par la Fondation Bill et Melinda Gates.

granularité différente est nécessaire pour des fins différentes. Des chiffres globaux de haut niveau sur les clients desservis sont utiles pour suivre l'inclusion financière globale mais, très vite, des données désagrégées par revenu, genre, situation géographique, etc., sont également nécessaires pour éclairer de manière significative le dialogue politique. Le type de désagrégation peut aussi être tributaire d'un contexte spécifique à un pays – par exemple, dans certains pays, suivre l'accès aux services financiers de castes spécifiques ou de groupes socio-religieux est important.

Se concentrer sur les seuls chiffres d'accès peut faire passer à côté du problème de l'inclusion financière. Le nombre d'utilisateurs de services de *mobile banking* tels que M-Pesa au Kenya a augmenté de façon exponentielle, par exemple. Néanmoins, en creusant le sujet avec une étude impliquant quatre opérateurs, le CGAP a constaté que moins de 30% des clients enregistrés pour cet échantillon d'opérateurs de *mobile banking* sont actifs, et des taux d'activité de moins de 10% ne

sont pas rares. Comprendre quand et comment ces clients utilisent un service financier sera un prérequis à une inclusion financière totale.

Les clients actuels et potentiels de la microfinance sont divers. Les ménages qui ont de faibles revenus sont des producteurs et des consommateurs et ils sont souvent multi-générationnels avec un large mélange de sources de revenus. Même des ménages dans des zones rurales profondes dépendent rarement seulement de l'agriculture pour leur entière subsistance. Il ne devrait donc pas être surprenant que des clients divers aient besoin de services financiers variés.

Aujourd'hui, il y a un grand élan pour accorder la priorité aux clients. Cela est prometteur pour réduire l'écart entre les clients actuels et les clients potentiels, pas seulement en termes de chiffres, mais aussi dans une perspective de qualité et d'utilisation effective des services.

ALEXIA LATORTUE ET MERITXELL MARTINEZ
CGAP

Du microcrédit à l'accumulation d'épargne

La réussite de Johann, micro-entrepreneuse philippine éloignée du système bancaire

Autour de la place du marché de Clarin, petit village du sud des Philippines, de nombreux commerces ont ouvert ces dernières années. La présence de Gata Daku Multi-Purpose Cooperative à quelques pas de là n'est pas étrangère à ce fleurissement économique. Il suffit de se laisser aller au gré des rencontres avec les commerçants pour s'en apercevoir. Johann Barrientos, 41 ans, fait partie de ces entrepreneurs locaux qui ont développé leur commerce grâce à la microfinance et grâce à leur refinancement sur le site babyloan.org.



Dans une vie précédente, elle a travaillé dans la récolte de noix de coco. Elle travaillait « là-bas, dans la montagne », affirme-t-elle, en pointant du doigt le Mont Malidang dont le sommet se fond dans les nuages, donnant l'impression d'assister à l'éruption d'un volcan. Les rebelles qui ont mis à mal ce petit bout de paradis pas si paisible quelques années plus tôt l'ont poussée à ouvrir une épicerie très modeste dans un village éloigné de cette zone conflictuelle. Le succès est au rendez-vous grâce aux prix relativement bas de ses produits et à sa force de travail.

Cette première réussite l'encourage à trouver un meilleur emplacement pour exercer ses activités. La place

du marché de Clarin était donc le lieu idéal et se placer juste en face de son entrée fut un choix très judicieux. Pour se financer, Johann se tourne naturellement vers la coopérative Gata Daku, située à une centaine de mètres de sa petite échoppe. Le succès de son affaire lui a permis d'économiser de l'argent, peso après peso, qu'elle a déposé chez Gata Daku. Chaque mois, entre 1000 et 1500 pesos (entre 18 et 27 euros) de ses revenus sont déposés sur son compte. Son épargne, environ 240 euros, est rémunérée 1,25% chaque trimestre, sur le solde quotidien moyen à la fin de la journée. Elle puise dedans régulièrement pour développer son commerce ou pour des besoins personnels. Cela sécurise son avenir et elle affirme surtout « être fière » de pouvoir

à son tour participer à la réussite d'entrepreneurs : « *c'est un passage de témoin* », assure-t-elle avec un sourire plein d'espoirs. Johann détient une participation dans le capital de la coopérative et son épargne est en partie réinvestie par Gata Daku auprès de micro-entrepreneurs.

Malgré ses longues journées de travail, de 4h du matin à 8h du soir, elle ne voudrait rien changer à sa vie, même si elle aimerait pouvoir pratiquer plus souvent son sport favori, le volleyball, sur les plages de sable noir de Clarin, « *quand [elle] aura plus de temps* » assure Johann.

YASMINE HAMRAOUI
RESPONSABLE DES PARTENARIATS IMF, BABYLOAN

L'avis d'une cliente zambienne

Sitali Amukasana, bénéficiaire de deux microcrédits

L'une des premières clientes de AMZ après le début des opérations en juillet 2011 fut Sitali Amukasana, 47 ans. Sitali gagne sa vie comme commerçante informelle en vendant des haricots, du poisson, des morceaux de soja, du riz, des choux et des oignons dans la province occidentale de la Zambie, une région rurale isolée. Presque un an plus tard, elle a remboursé son premier prêt de 1,2 million de kwacha (180 euros) et assume le remboursement du second, contracté en décembre, d'un montant de 1,7 million de kwacha (260 euros).

Sur la base de ses expériences auprès de prestataires de services financiers formels et informels, elle dresse le constat suivant : « *Puisqu'il n'y a qu'une autre IMF dans ma région, je suis particulièrement heureuse que AMZ ait décidé de donner accès au crédit à des gens comme moi dont les entreprises sont très petites et considérées non fiables. Le paiement des mensualités est très flexible et les taux d'intérêt très abordables. C'est pourquoi j'ai décidé d'emprunter chez eux. C'est la flexibilité des remboursements que j'apprécie et aussi le fait que, quel que soit le moment où j'ai fini de rembourser, je peux toujours obtenir un autre prêt même si mes amis dans le groupe n'ont pas encore terminé de payer le leur. Je peux choisir le rythme de ma progression.* »

Assumant la responsabilité du rythme et de l'ampleur du développement de son affaire, « *ma vie a changé depuis que j'ai emprunté chez AMZ* », dit-elle. Madame Amukasana s'est mise à faire du commerce à un moment critique pour sa famille et a apprécié le traitement rapide de sa demande et le déboursement du prêt, rapide lui aussi. « *Le prêt est arrivé au bon moment car mon mari avait perdu son emploi et la vie était devenue insupportable jusqu'à ce que je démarre une petite affaire pour subvenir aux besoins de ma famille.* » En ce qui concerne l'avenir, « *j'ai le projet de continuer à développer progressivement mon affaire puisque je bénéficie de l'aide de AMZ.* »

« *Je serais plus heureuse si l'IMF envisageait d'assouplir son système de garantie une fois qu'ils nous connaissent mieux, nous les clients, afin que le groupe ne devienne pas un obstacle au progrès individuel* », dit-elle, faisant référence aux produits de prêt individuel que AMZ prévoit d'introduire en réponse à des études de marché et aux demandes de ses clients. Néanmoins, les avantages de ces services sont évidents pour Madame Amukasana : « *Maintenant, je peux me permettre trois repas par jour ce qui n'était pas le cas avant que j'obtienne ces prêts. J'ai aussi pu remettre mes enfants à l'école.* »

MALUBA H. WAKUNG'UMA
DIRECTEUR EXECUTIF, AMZ

Remettre les clients au cœur de la microfinance

Le point de vue d'un financeur

Le secteur de la microfinance est né il y a à peine 30 ans, adoubé d'une mission de lutte contre la pauvreté que peu pouvaient lui contester. Offrir des microcrédits à des femmes marginalisées pour les aider à lancer leur propre entreprise semblait être une solution aux résultats irréfutables. Une fois la question des effets réglée, il ne restait plus qu'à créer des institutions pérennes. Les regards se sont détournés des bénéficiaires pour se concentrer sur les institutions de microfinance (IMF), qui devaient être rentables et afficher des portefeuilles de prêts d'excellente qualité. Cependant, aujourd'hui, avec plus de 205 millions de clients et quelques 10 000 IMF, le secteur connaît une crise d'adolescence. Taux d'intérêt excessifs, crises de surendettement (Kosovo, Andhra Pradesh en Inde), pratiques de recouvrement abusives, autant de cas qui sont venus entacher l'image du secteur et qui doivent nous pousser à réétudier les promesses initiales de ses fondateurs.

La microfinance n'est pas pour autant un énième échec des théories du développement. Les dernières études d'impact randomisées, notamment celles menées par Crépon, Devoto, Duflo et Parienté (2011) et Karlan et Zinman (2011), montrent que la microfinance peut engendrer des résultats honorables. Si à ce jour il n'est pas possible d'affirmer qu'elle réduit la pauvreté, elle peut être un vecteur de résistance des clients aux chocs économiques et d'augmentation relative des niveaux d'épargne et d'investissement productif. Les études ont aussi apporté la preuve que la microfinance fonctionne pour certaines populations, avec certaines caractéristiques économiques, avec certains produits. Ainsi, une piqure de rappel semble nécessaire pour remettre les clients au centre de nos réflexions.

Comprendre les besoins financiers des pauvres

Remettre les clients au cœur de la microfinance, cela veut d'abord dire comprendre les besoins financiers des pauvres. Ceux-ci n'ont pas seulement besoin de microcrédits productifs à court terme pour financer le fonds de roulement de leur micro-entreprise. Ils ont aussi besoin et ont déjà accès par des voies informelles à l'épargne, au crédit à la consommation, à l'assurance, aux transferts et aux systèmes de paiement. A l'image de tout consommateur, ils optimisent les fonds et n'hésitent pas à les dévier des objectifs affichés pour répondre à leurs besoins, comme l'ont mis en évidence Murdoch et Rutherford dans l'ouvrage « Portfolios of the Poor: How the World's Poor Live on \$2 a Day ». Il convient alors de reconnaître cette fongibilité des ressources et d'adapter les produits financiers, les mécanismes de distribution, de paiement et de remboursement aux besoins spécifiques des clients.

Replacer la mission sociale au centre des activités des IMF

Remettre les clients au cœur de la microfinance, c'est replacer la mission sociale au centre des activités des IMF. C'est ainsi qu'est née la Campagne de Protection des Clients en Microfinance, qui promeut sept principes fondamentaux qui devraient à terme être respectés par tous les praticiens. Parmi ces principes, la transparence des coûts et la facturation raisonnable des services constituent des progrès significatifs dans le rapport entre les IMF et les clients. D'autres initiatives internationales, telles que la Social Performance Task Force, cherchent à faire en sorte que les IMF mettent en place des procédures et des outils conformes à leur mission sociale. Mais, sans

la contrainte réglementaire, les initiatives sectorielles risquent de s'essouffler. Les régulateurs doivent prendre conscience du caractère unique de la microfinance : un service financier mais aussi un outil de développement proposé à des populations pauvres, et donc vulnérables.

Le rôle clé des actionnaires

Les actionnaires ont un rôle clé à jouer dans l'impératif de replacer le client au cœur de la microfinance, préalable pour servir une mission sociale. En effet, cette mission devra être formalisée dans la stratégie de l'IMF, elle-même définie par ses dirigeants. L'analyse de l'impact du repositionnement des clients sur le profil de risque et de rentabilité de l'IMF apporte un éclairage intéressant, véritable plaidoyer pour un renforcement de la mission sociale.

Dans les situations de crise, à l'image de celle du Kosovo, les clients remboursent en premier les IMF qui leur apportent la palette de services financiers la plus adaptée (dont des produits d'épargne) et avec lesquelles une relation de confiance s'est construite au quotidien. Alors l'institution traverse les difficultés, tout en maintenant un portefeuille de crédits douteux significativement plus bas que celui de ses concurrentes, qui n'auraient pas été en mesure de servir ces deux objectifs clés. En effet, la part des crédits ayant un retard de paiement supérieur à 30 jours peut passer du simple au triple selon les institutions. Autrement dit, placer le client au cœur de l'activité de l'IMF peut améliorer significativement son profil de risque.

Par ailleurs, le modèle économique de la microfinance et la faiblesse de la régulation du secteur permettent d'atteindre deux objectifs *a priori*

contradictoires : l'accès aux services financiers pour les populations vulnérables et la maximisation du profit. Cette situation pourrait conduire à des stratégies d'actionnaires qui viseraient à mettre en avant la rentabilité au détriment des clients.

Le fameux cas de l'IMF mexicaine Compartamos permet de l'illustrer. Une analyse simple démontre qu'en abaissant les niveaux de rentabilité de 56% à 15% (moyenne du secteur bancaire), les taux facturés aux clients auraient pu être abaissés de 30% pour atteindre 56% par an. L'expérience tirée des crises du secteur montre que la stratégie de maximisation du profit n'est pas pérenne et qu'elle peut être dommageable pour les clients vulnérables desservis. Le repositionnement souhaité du client conduit au renforcement de la mission sociale de l'IMF tout en permettant d'atteindre une rentabilité pour ses actionnaires pour le moins équivalente

à celle du secteur bancaire. Si l'expérience du Groupe ProCredit le prouve, elle va plus loin en démontrant que cette rentabilité est plus stable que celle du secteur bancaire.

Dans un contexte de saturation de certains marchés, de concurrence accrue et de risque de surendettement des populations vulnérables, seules les IMF qui auront su développer une approche responsable, éthique et humaniste vis-à-vis de leurs clients, les plaçant au cœur de leur action, pourront se développer sur le long terme au service du plus grand nombre.

ELODIE PARENT
CHARGÉE D'AFFAIRES MICROFINANCE SENIOR
PROPARCO

PHILIPPE SERRES
CHARGÉ D'AFFAIRES MICROFINANCE SENIOR
AFD



Comment la microfinance est-elle perçue par ses clients ?

La perception de la microfinance par ses clients est aussi diverse que les contextes dans lesquels elle émerge et que la nature des services proposés. Elle oscille entre satisfaction, adaptation et réappropriation, contournement, évitement ou rejet. Comprendre cette diversité suppose de tenir compte de la multiplicité des critères d'appréciation des services financiers. Si ceux-ci varient en fonction des contextes socioéconomiques et culturels, on peut néanmoins lister les plus fréquents.

La flexibilité des services est un premier critère. Du fait de revenus irréguliers, aléatoires et parfois imprévisibles, les clients sont très demandeurs de souplesse, ce que la microfinance peine encore à leur offrir. Souplesse signifie, par exemple, la possibilité de rembourser des prêts par anticipation, des calendriers de remboursement adaptés aux flux de trésorerie ou encore des prêts d'urgence.

La commodité des services est un autre critère essentiel. Ils doivent permettre aux clients d'emprunter, de rembourser, d'épargner, de retirer les dépôts de manière fréquente, dans un lieu proche du domicile ou de l'espace professionnel. C'est particulièrement le cas pour les femmes, dont le temps est compté et la mobilité physique parfois restreinte.

Le degré de proximité sociale et culturelle détermine ensuite la manière dont les services sont compris, interprétés, puis appropriés. L'idée de proximité renvoie à la faculté d'adaptation des services aux habitudes, aux pratiques et aux normes locales. On insiste souvent sur la simplicité des procédures, indispensable compte-tenu de faibles niveaux d'éducation. Minimiser le jargon bancaire et juridique est un prérequis essentiel, c'est indéniable. Toutefois, bien au-delà de questions techniques, c'est aussi la compatibilité des normes et des visions du monde qui importe. Du fait de considérations culturelles et religieuses, le principe même de dette, par exemple, peut être perçu de manière fort différente. Dans certains contextes comme le sud de l'Inde, la dette fait partie de la condition humaine et les personnes n'ont aucune réticence à l'égard de l'endettement. Le microcrédit a donc beaucoup de succès, avec par conséquent des risques non négligeables de surendettement. Ailleurs, en revanche, comme dans certaines régions rurales du Maghreb, l'acte d'endettement est perçu comme un acte immoral, *a fortiori* s'il n'est pas gratuit et s'il vise l'accumulation. Le microcrédit suscite donc beaucoup moins d'adhésion.

La qualité des relations avec les agents de crédit est une autre composante essentielle de cette proximité. Certains agents jouent le rôle de conseiller voire de confident. D'autres, au contraire, non seulement n'ont guère le temps de nouer des relations personnalisées mais font preuve d'une véritable agressivité commerciale, qu'il s'agisse de démarcher leurs clients ou de recouvrer leurs dûs. Notons que les exigences croissantes de rentabilité qui pèsent sur le secteur ne sont guère compatibles avec cette nécessité de proximité, alors que celle-ci est supposée être la particularité de la microfinance par rapport à la finance classique.

La perception et l'appropriation des microcrédits dépendent fortement des pratiques d'endettement existantes. Exclues du système bancaire, la plupart des micro-emprunteurs n'en sont pas moins insérés dans des cercles d'endettements multiples, généralement qualifiés d'informels car échappant à l'enregistrement et à la régulation étatiques. Prêteurs privés professionnels ou occasionnels, prêteurs sur gages, boutiquiers, fournisseurs, banquiers ambulants, tontines, famille et amis sont autant d'exemples de cette finance informelle, certes souvent coûteuse, financièrement et socialement, mais qui remplit généralement de multiples

fonctions et se révèle beaucoup plus souple que le microcrédit. Celui-ci s'articule avec les pratiques existantes, les complète, parfois les concurrence mais ne s'y substitue que très rarement.

La perception de l'obligation de rembourser est également très variable. Les impayés peuvent traduire un surendettement mais aussi un acte de résistance et de rejet face à l'absence ou la perte de légitimité d'une institution de microfinance ou de l'un de ses représentants, du secteur dans son ensemble ou, plus globalement, de ce qui est perçu comme représentant « l'autorité ».

La collecte d'épargne est souvent considérée comme un service moins risqué et plus apprécié par les clients. Là encore, tout dépend de la manière dont elle s'accommode des contraintes et des normes locales. Si la thésaurisation sous forme monétaire est souvent limitée et l'épargne bancaire quasi-inexistante, les pauvres épargnent, au sens où ils cherchent à se protéger contre les aléas de la vie quotidienne et à anticiper certaines dépenses. En revanche, les supports d'épargne et les critères d'appréciation sont multiples. Les formes d'épargne en nature telles que bijoux, vêtements, bétail ou encore céréales sont extrêmement répandues. Bien au-delà d'une logique d'accumulation, elles circulent selon

une logique réciproitaire – je te donne aujourd'hui et tu me donnes demain – et cette circulation répond à une double temporalité : l'une de très court terme, celle de la survie et de la protection quotidienne, et l'autre de long terme, permettant l'organisation et le financement des rituels sociaux et religieux. Ces formes locales d'épargne ont une fonction à la fois symbolique, économique et sociale, qui peut expliquer le faible intérêt pour la collecte d'épargne monétaire.

On voit ainsi que la perception des services de microfinance mobilise des outils et des critères de raisonnement spécifiques. Ils donnent lieu à des décisions qui peuvent surprendre ou déconcerter. Mais au vu des contraintes et des normes sociales en vigueur localement, ils sont le plus souvent parfaitement justifiés. Alors que la notion « d'éducation financière » connaît un succès grandissant, supposant souvent implicitement que les pauvres seraient dépourvus de toute capacité d'analyse financière, il est urgent de tenir compte de la spécificité et de la complexité des raisonnements dont font preuve les exclus de la finance classique si l'on souhaite réellement offrir des services adaptés à leurs besoins.

ISABELLE GUERIN
CHERCHEUR, UMR 201 DÉVELOPPEMENT ET SOCIÉTÉS
UNIVERSITÉ PARIS I PANTHÉON SORBONNE - IRD

Les enjeux de la microfinance en France

Développée d'abord dans les pays du Sud pour lutter contre la pauvreté et soutenir l'activité économique des personnes les plus démunies, la microfinance s'est diffusée dans les pays du Nord pour proposer des services financiers adaptés aux besoins des clients éloignés ou exclus du système bancaire traditionnel. Elle est apparue en France en 1989 avec la création de l'Adie. Elle opère alors dans un environnement économique et financier très différent de celui qui prévaut dans les pays en développement. En France, alors que le pourcentage de la population n'ayant accès à aucun compte bancaire est très faible (moins de 1%) et que les services d'épargne sont assez bien développés, c'est principalement l'accès au crédit qui peut aujourd'hui encore se révéler difficile, tant pour les particuliers que pour les entreprises. La crise économique et financière qui frappe l'Europe depuis 2008 a accentué ces difficultés.

Dans ce contexte, plusieurs types de produits ont été développés, qui répondent chacun à des besoins spécifiques : microcrédit personnel, microcrédit professionnel, mais aussi micro-assurance. Ces différents produits partagent une même ambition : celle de lutter contre la pauvreté, et notamment contre le chômage, deux enjeux intrinsèquement liés. Le microcrédit s'inscrit ainsi dans une démarche plus globale d'inclusion financière, économique et sociale, dont les enjeux ont été rappelés dans un « Manifeste pour l'inclusion bancaire en France des populations fragiles » lancé en 2011 par la Croix-Rouge française, le Secours Catholique et l'UNCCAS (cf. page 7).

Les travaux réalisés en 2011 par le Conseil national de l'information statistique (CNIS), qui ont mobilisé tous les acteurs du secteur de la microfinance en France, ont abouti à la reconnaissance de l'accompagnement

comme une caractéristique essentielle du microcrédit en France. Cet accompagnement peut être apporté directement par la structure qui accorde le microcrédit ou par un autre opérateur. Il vise d'abord à assurer la viabilité du projet personnel et/ou professionnel de l'emprunteur, puis, à terme, à ramener les bénéficiaires de microcrédit vers les banques traditionnelles.

Développé pour pallier les manques du système bancaire, le microcrédit est en effet conçu comme une passerelle vers le secteur bancaire et reste étroitement lié aux banques. Il se développe selon une diversité de modèles économiques, qui mêlent financements et garanties des secteurs associatif, public et bancaire, et s'adapte ainsi aux risques spécifiques à la microfinance, notamment aux faibles garanties qui peuvent être apportées par les clients. Le rapprochement de l'ensemble des acteurs bancaires et extra-bancaires apparaît donc comme une nécessité

pour garantir une cohérence et une continuité des différents types de services financiers proposés aux personnes les plus démunies et aux micro-entreprises en France.

Cette convergence doit s'effectuer autour d'un enjeu clé : accroître la visibilité et la reconnaissance de la microfinance comme un outil efficace pour lutter contre la précarité, et en particulier contre le chômage. Les conclusions du CNIS constituent une première étape importante en ce sens, puisqu'elles ont permis d'élaborer une définition partagée par l'ensemble des acteurs du secteur des différents types de microcrédit en France. Sur cette base, la Banque de France a lancé fin 2011 un vaste chantier statistique visant à répondre aux obligations légales de reporting des acteurs de la microfinance et à collecter régulièrement des données quantitatives exhaustives sur les microcrédits personnels et professionnels auprès des acteurs bancaires et extra-bancaires. Ces chiffres, qui seront

disponibles courant 2012, permettront de mieux mesurer l'importance de la microfinance en France, de déterminer les caractéristiques principales des microcrédits accordés et d'assurer un suivi de l'évolution du secteur. Ils compléteront ainsi les données déjà publiées par la Caisse des Dépôts et Consignations sur les microcrédits garantis par le Fonds de cohésion sociale.

Cependant, ces statistiques devront être enrichies à moyen terme par d'autres études portant sur l'impact économique et social de la microfinance en France, seules à même de démontrer l'utilité et l'efficacité de cet outil en matière de lutte contre la précarité et contre le chômage, de guider les acteurs dans l'amélioration de leurs pratiques et d'encourager l'Etat à renforcer son soutien au développement de la microfinance en France.

FAUSTINE DELASALLE
CHARGÉE D'ETUDES, CONVERGENCES 2015

Microcrédit professionnel, microcrédit personnel : quel crédit pour quel besoin ?

Le microcrédit professionnel et le microcrédit personnel répondent à des besoins différents par des mécanismes d'intervention différents. Ils ont néanmoins deux points communs : l'ambition de favoriser l'accès au crédit bancaire classique des emprunteurs qui en sont exclus et la nécessité pour ces emprunteurs de présenter des garanties suffisantes. En 2005, l'Etat améliore la constitution de ces garanties par la création du Fonds de cohésion sociale (FCS) dont la gestion est confiée à la Caisse des Dépôts.

Dès la création du FCS, l'accent a été mis sur l'accompagnement de l'emprunteur, réalisé dans une démarche globale et intégrée par un acteur associatif. Avant l'octroi du prêt, il aide l'emprunteur à formaliser puis à réaliser son projet professionnel ou d'insertion sociale ; après l'attribution du prêt, il permet de réagir rapidement en cas de difficulté de remboursement. Afin qu'ils puissent assurer cette mission essentielle dans de bonnes conditions, la Caisse des

Dépôts soutient financièrement les réseaux accompagnants avec qui elle a signé un accord de partenariat.

Le microcrédit professionnel : aide à la création d'entreprise

Le Conseil national de l'information statistique (CNIS) a défini en 2011 ce microcrédit destiné au soutien à la création d'entreprise, comme un prêt, bancaire ou extra-bancaire, inférieur à 25 000 euros, assorti obligatoirement d'un d'accompagnement. Trois mécanismes, complémentaires, coexistent et apportent aide au montage, financement et accompagnement post-crédit :

■ Le microcrédit extra-bancaire à titre onéreux est principalement distribué par l'Adie, acteur historique présent sur tout le territoire. Sa cible est le porteur de projet de moins de 5000 euros, souvent titulaire de minima sociaux.

■ Le microcrédit « à caractère de

fonds propres », proposé par France Initiative s'adresse à des projets de taille plus importante. Il permet, en complément du microcrédit accordé sous forme de prêt d'honneur à taux zéro par l'association, de contracter un prêt bancaire. Le Réseau Entreprendre accompagne, lui, les projets à fort potentiel de développement.

■ Enfin, « le microcrédit bancaire garanti » permet de bénéficier d'un prêt bancaire garanti par France Active Garantie et d'un accompagnement par une des 40 associations locales du réseau.

Par ailleurs, l'Etat et la Caisse des Dépôts ont mis en place en 2009 le dispositif NACRE. Ce dispositif accompagne les projets de leur élaboration à leur développement à trois ans, inclut l'octroi des microcrédits sous forme de prêts d'honneur d'un montant maximum de 10 000 euros et vise les publics éloignés de l'emploi. En 2011, l'ensemble des dispositifs de

microcrédit a permis la création de 36 065 entreprises.

Le microcrédit personnel : aide à l'insertion sociale et professionnelle

La loi sur le crédit à la consommation du 1^{er} juillet 2010, dite loi Lagarde, pose le cadre du microcrédit personnel garanti par le FCS et affirme sa finalité sociale. Le microcrédit personnel est un crédit de 300 à 3000 euros accessible à toute personne n'ayant pas accès au crédit bancaire classique mais disposant d'une capacité de remboursement. Il peut financer tout projet permettant d'améliorer la situation économique et sociale de l'emprunteur, même si ce projet n'est pas directement lié à un objectif professionnel. Par exemple : un projet de mobilité (achat ou réparation d'un véhicule, financement du permis de conduire), une

formation, des travaux d'amélioration de l'habitat, etc.

Depuis la loi Lagarde, les personnes inscrites au fichier national des incidents de remboursement des crédits aux particuliers (FICP) sont éligibles à ce microcrédit garanti par le FCS.

De par la diversité des profils des emprunteurs, leur situation financière et la nature des projets personnels, l'offre d'accompagnement se doit d'être la plus large et la plus complète possible. Pour cela, la Caisse des Dépôts a noué des partenariats avec 25 établissements financiers ou assimilés et une dizaine de réseaux accompagnants¹ qui mettent à disposition leur savoir-faire sur tout le territoire grâce à leurs représentations locales.

Près de 30 000 microcrédits personnels ont été octroyés depuis la mise en place du dispositif en 2005, dont 10 000 en 2011.

¹ Ce sont l'Adie, l'ANDML, le CNLRQ, la Croix-Rouge, Familles Rurales, la FNARS, les Restos du Cœur, le Secours Catholique, l'UNAF et l'UNCCAS.

CAISSE DES DEPOTS ET CONSIGNATIONS

Portrait d'un entrepreneur

Antoine Pompa, gérant d'Espace Foot, bénéficiaire d'un microcrédit professionnel

Antoine Pompa, gérant d'Espace Foot à Marseille, a pu financer sa trésorerie pour ouvrir le paradis des footex grâce au microcrédit professionnel de l'institution de microfinance Créa-Sol. Antoine Pompa, jeune homme de 26 ans, est titulaire d'un master « *Entertainment & Media Management* ». Après quelques expériences professionnelles dans l'évènementiel sportif, il décide de devenir son propre patron en y associant sa passion du sport... et plus particulièrement du foot.

Séduit par le concept des franchises « Espace Foot », réseau de plus de 50 magasins en France, il saisit l'opportunité d'en ouvrir une à Marseille. Après une étude de marché et la détection de différents locaux, il commence, accompagné par l'expert comptable du franchiseur, sa recherche de financements auprès des banques.

Malgré un apport personnel et un projet bien ficelé, Antoine démarque plusieurs agences bancaires, non sans difficultés, avant d'en convaincre une de le suivre pour financer ses investissements. Puis, pour financer sa trésorerie, il est orienté vers la plateforme France Initiative et enfin vers l'IMF Créa-Sol. Pour Antoine, « *La trésorerie, c'est le nerf de la guerre. Sans une trésorerie suffisante,*



j'aurais certainement fermé dans les 6 mois. »

Là, tout s'accélère. Corinne Ferrovicchio, la personne en charge de son projet au sein de l'IMF Créa-Sol, le reçoit. « *Son dossier était complet. Le projet bon et viable. J'y ai cru tout de suite et l'ai présenté rapidement en comité.* », précise-t-elle. En moins d'un mois, il obtient son microcrédit professionnel auprès de l'IMF lui permettant ainsi de boucler son plan de financement et de se lancer.

Aujourd'hui, plus d'un an après l'ouverture, la boutique Espace Foot, située au 118, rue de Rome dans le 6^{ème} arrondissement de Marseille,

propose une très large gamme de produits pour pratiquants, supporters ou encore fans de foot.

Ce sont plus de 100 modèles de crampons toutes surfaces, plus de 150 maillots officiels, des centaines de produits dérivés de différents clubs et un concept-store inspiré du mouvement Ultra (soutien traduit par l'animation de rencontres et l'organisation de déplacements afin de soutenir l'équipe). Et Antoine ne compte pas s'arrêter là : il souhaite ouvrir deux autres boutiques dans la région !

CHRISTIAN FARA
DIRECTEUR GÉNÉRAL, CREA-SOL

Témoignage

Pierre, retraité, bénéficiaire d'un microcrédit personnel

Pour quelle raison avez-vous fait appel au microcrédit personnel ?

J'avais besoin d'un crédit et dans un premier temps, je me suis adressé à une banque. Mais étant donné mon âge, le coût du crédit aurait été trop important (en raison de l'assurance) et ils m'ont orienté vers le microcrédit personnel.

Pourquoi aviez-vous besoin d'un crédit ?

J'avais des dépenses de santé à financer. D'une part, j'avais besoin de verres progressifs et, d'autre part, d'une prothèse dentaire. Je n'ai pas de complémentaire santé et la sécurité sociale ne couvre pas grand chose de ces frais. Pourtant il ne s'agit pas d'un luxe mais d'une nécessité pour ma vie quotidienne. Le microcrédit m'a donc permis de payer la différence, ce que je n'aurais pas pu faire avec ma petite retraite.

Quel est votre avis sur le microcrédit personnel ?

Ce produit financier est plus proche des personnes. L'entretien que j'ai eu était très cordial et la personne très compétente et à l'écoute de ma

situation. Elle m'a aidé à calculer mon budget et la mensualité du microcrédit que je pourrais rembourser. C'est différent des banques qui sont là pour gagner de l'argent. Si je n'avais pas eu le microcrédit, j'aurais dû demander à un copain de me prêter de l'argent mais ce n'est jamais facile.

Avez-vous rencontré des difficultés de remboursement ?

Non, mais je gère très attentivement mon petit budget. Avec l'âge, on devient plus sérieux et je cible mes dépenses. Je ne fonctionne d'habitude pas avec des prélèvements et donc je fais particulièrement attention à avoir le montant nécessaire pour le microcrédit sur mon compte.

Referiez-vous appel au microcrédit personnel ?

Pour le moment, je n'en ai pas besoin. Mais on ne sait jamais, si mon frigo ou ma machine à laver venaient à tomber en panne, je sais que je pourrais compter sur le microcrédit.

SANDRA BYTHELL
CHARGÉE DE MISSION MICROCRÉDIT
CRÉDIT MUNICIPAL DE PARIS

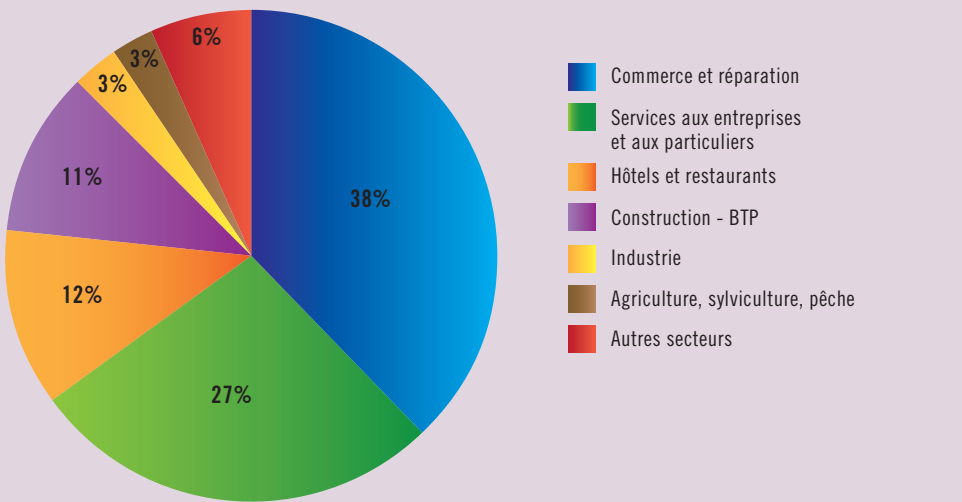
ENQUÊTE - La microfinance en France

A partir de la fin de l'année 2011, conformément aux obligations légales du secteur, la Banque de France réalise une collecte de données statistiques sur le microcrédit auprès des acteurs bancaires et extra-bancaires qui pourrait aboutir à la publication de données officielles sur le microcrédit en France d'ici fin 2012. La Caisse des Dépôts et Consignations publie également des statistiques sur les microcrédits personnels et professionnels qui font l'objet d'une garantie du Fonds de cohésion sociale. Les chiffres élaborés par Convergences 2015 ne visent donc pas à concurrencer ces statistiques officielles, mais à les compléter par des données non-exhaustives plus qualitatives portant sur les principaux acteurs associatifs du microcrédit en France, à savoir l'Adie, le Crédit Municipal de Paris et les Restos du Cœur pour le microcrédit personnel et l'Adie, France Active et France Initiative pour le microcrédit professionnel.

Le microcrédit, pour quoi faire ?

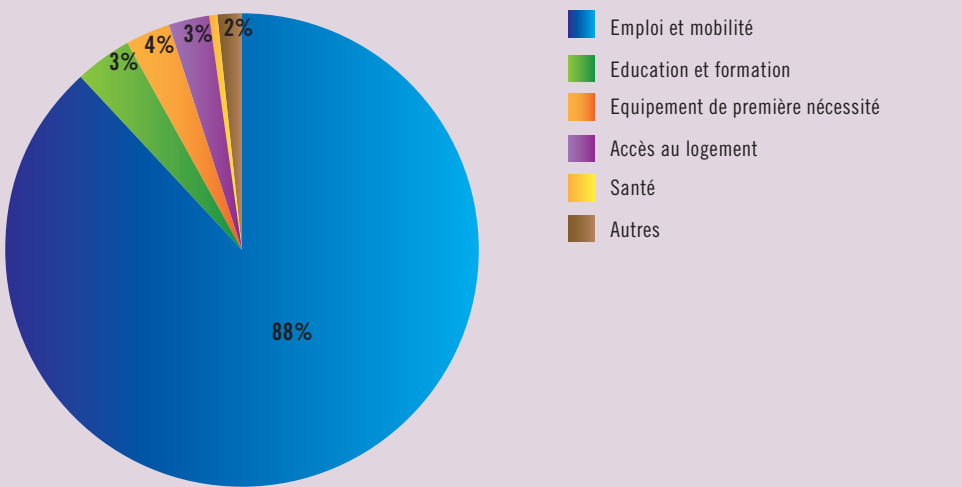
Les microcrédits professionnels distribués par l'Adie, France Active et France Initiative bénéficient d'abord à des entreprises du secteur du commerce et de la réparation (38%), à des entreprises de services aux entreprises, et aux particuliers (27%).

Répartition des microcrédits professionnels par objet en 2011



En 2011, les microcrédits personnels accompagnés par l'Adie, le Crédit Municipal de Paris et les Restos du Cœur ont pour objet principal l'emploi et la mobilité.

Répartition des microcrédits personnels par objet en 2011

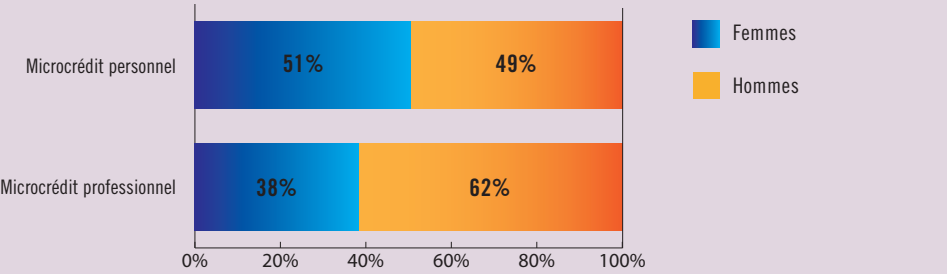


ONT PARTICIPÉ À L'ENQUÊTE DE CONVERGENCES 2015 SUR LES ACTEURS DE LA MICROFINANCE EN FRANCE :
Microcrédit professionnel : Adie, France Active, France Initiative
Microcrédit personnel : Adie, Crédit Municipal de Paris, Les Restos du Cœur

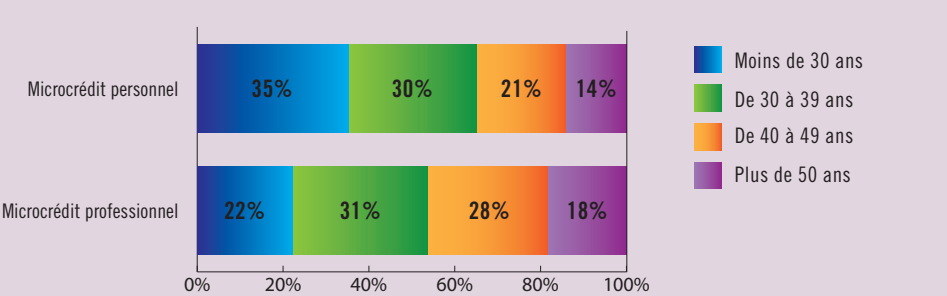
Qui sont les bénéficiaires du microcrédit en France ?

Microcrédits personnels et professionnels s'adressent à des profils de clients assez similaires : en majorité des personnes de moins de 40 ans ayant un niveau de diplôme inférieur au baccalauréat. Cependant, on remarque que la clientèle du microcrédit professionnel est plus masculine (62%), plus diplômée (43%) et composée à 65% de chômeurs pour lesquels le microcrédit constitue un tremplin vers l'emploi, alors que les clients du microcrédit personnel sont en majorité des salariés (52%).

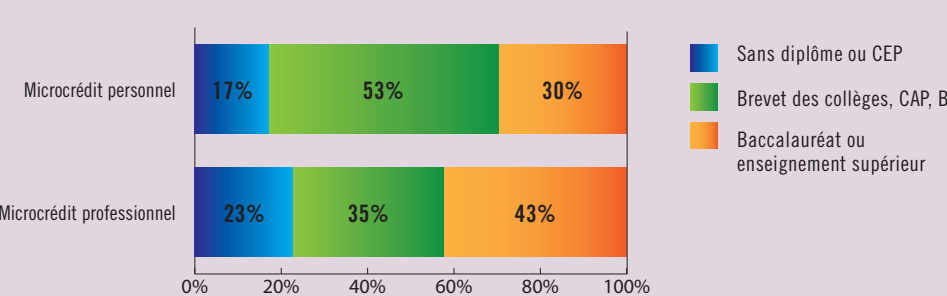
Répartition des bénéficiaires par genre



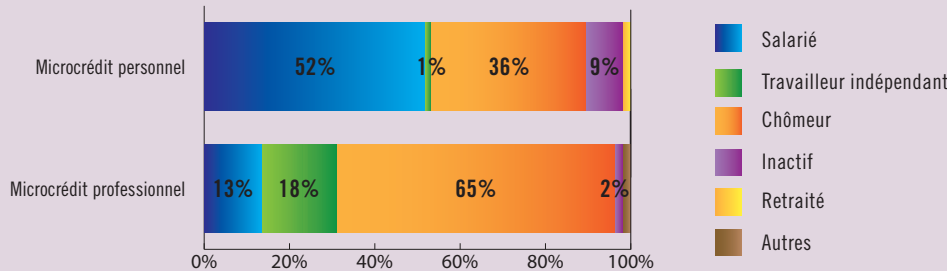
Répartition des bénéficiaires par classe d'âge



Répartition des bénéficiaires par niveau de diplôme



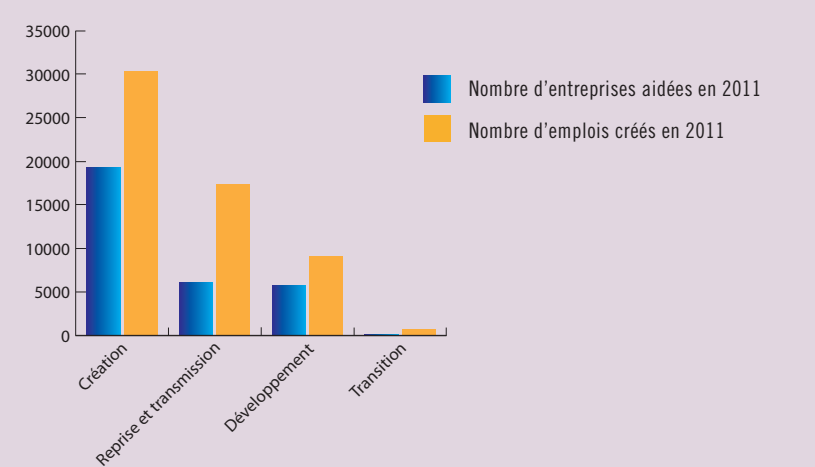
Répartition des bénéficiaires par statut vis-à-vis de l'emploi



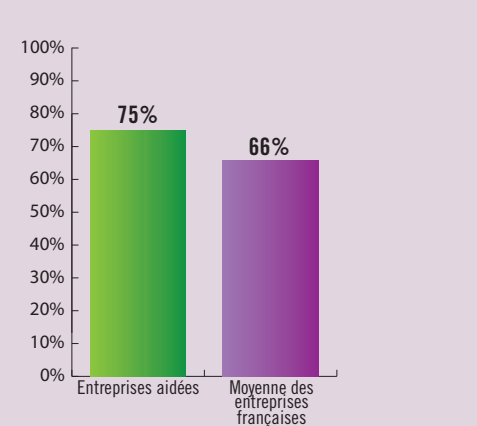
L'impact du microcrédit professionnel en France

Les microcrédits professionnels accordés par les 3 principaux réseaux d'accompagnement français (Adie, France Active et France Initiative) ont permis la création de 19 000 entreprises et ont apporté un soutien à près de 12 000 entreprises complémentaires, soit un total de 31 000 entreprises aidées en 2011. Cette action s'est traduite dès 2011 par la création de 57 000 emplois. En moyenne, les entreprises aidées par ces trois réseaux ont un taux de pérennité à 3 ans supérieur à la moyenne des nouvelles entreprises françaises.

Nombre d'entreprises aidées et nombre d'emplois créés en 2011



Taux de pérennité à 3 ans des entreprises



Les nouveaux enjeux de l'inclusion bancaire des micro-entreprises et des très petites entreprises (TPE)

En France, si la création de micro-entreprises et de très petites entreprises (TPE) est une source de création de richesses et un moyen efficace de lutte contre le chômage, elle se heurte au double défi du financement des projets et de l'inclusion bancaire. Ainsi, seuls 36% des créateurs ont effectivement recours au crédit bancaire pour financer leur projet (source : INSEE). Encore cette donnée ne concerne-t-elle que les créations hors auto-entreprises ; pour ces dernières, la part du financement bancaire est bien plus réduite.

À ce constat viennent s'ajouter les effets de la crise que nous traversons depuis le second semestre 2008 : raréfaction du crédit, demande de garanties supplémentaires, augmentation des taux d'intérêt, allongement des délais de réponse et accroissement des refus. Les micro-entrepreneurs et les dirigeants de TPE sont particulièrement touchés et leurs anticipations à moyen terme sont pessimistes quant à l'accès au financement (source : enquête CCI, avril 2012).

Dans ce contexte, le soutien et la facilitation de l'accès aux services financiers pour le tissu des micro-entreprises et des TPE est un enjeu crucial. Il l'est particulièrement en phase de création pour favoriser l'existence d'entreprises pérennes, à même de se développer et de créer ainsi des emplois durables.

À ces défis, le microcrédit professionnel apporte une réponse pertinente et efficace. Par leur intervention au bénéfice des nouveaux entrepreneurs, les trois grands réseaux de financement et d'accompagnement que sont l'Adie, France Active et France Initiative participent à l'amélioration de l'inclusion bancaire des porteurs de projets les plus en difficulté.

Présents chacun sur l'ensemble du territoire, inscrits dans les politiques publiques en faveur de l'emploi et partenaires de la quasi-totalité des réseaux bancaires, ces trois réseaux s'adressent majoritairement aux demandeurs d'emploi et aux allocataires de minima sociaux. Complémentaires par leurs cibles et leurs outils, ils ont pour mission d'apporter une réponse adaptée à chaque créateur, en fonction de son profil et de son projet. Leur ambition est de constituer un véritable continuum, couvrant l'ensemble du spectre des créateurs pour qui l'accès au crédit a besoin d'être facilité.

En proposant non seulement des services financiers adaptés à chaque cas, mais également des services non financiers tels qu'un accompagnement humain pendant les premières années d'activité, ces trois réseaux œuvrent pour une meilleure inclusion bancaire des micro-entreprises et des TPE afin qu'elles aient les mêmes chances d'accéder aux financements que les

grandes entreprises. À ce titre, chacun d'entre eux a construit différents types de partenariats avec les banques, en fonction de ses modes d'intervention et de son modèle économique.

Depuis plus de vingt ans, les trois principaux acteurs français du microcrédit professionnel ont fait la preuve du bien-fondé et de l'efficacité de leurs modèles respectifs pour mobiliser les financements nécessaires à la création d'entreprise par les personnes éloignées de l'emploi. En 2011, l'Adie, France Active et France Initiative ont permis la création de plus de 31 000 micro-entreprises ou TPE ayant généré plus de 57 000 emplois directs. Grâce à leurs partenaires, notamment bancaires, ce sont plus de 1,327 milliard d'euros qui ont été injectés dans une économie de proximité.

La conjoncture économique impose à tous de rester engagés pour conserver le dynamisme du microcrédit professionnel français et sa capacité à favoriser le financement des micro-entreprises et des TPE. Si le maintien des financements, publics comme privés, est une condition nécessaire, elle n'est plus suffisante. Ce soutien doit se développer au rythme des besoins du secteur et de ses opérateurs. D'autres voies existent et sont à explorer pour optimiser les services proposés aux créateurs et favoriser ainsi la création d'emplois notamment pour les personnes les plus éloignées du monde du travail.

En premier lieu, les partenaires bancaires des réseaux d'accompagnement doivent renforcer la mobilisation de leurs équipes en interne pour qu'elles adressent systématiquement à ces réseaux les créateurs ayant besoin d'être accompagnés pour trouver les financements nécessaires à leur projet. Au-delà, réseaux bancaires et acteurs du microcrédit professionnel doivent conjointement poursuivre le travail d'une meilleure connaissance des spécificités de chaque réseau par les conseillers bancaires, afin que ceux-ci puissent orienter le porteur de projet, en fonction de sa situation, vers la structure la plus pertinente.

De même, l'accompagnement fourni par l'Adie, France Active et France Initiative contribue à la culture financière des porteurs de projet et leur permet de faire face aux enjeux administratifs, comptables et commerciaux de la création d'entreprise. C'est une condition essentielle de l'efficacité et de la sécurité des financements accordés, mais surtout de l'existence et de la pérennité des entreprises et des emplois créés. Cet accompagnement de qualité a besoin, aujourd'hui plus que jamais, d'une reconnaissance institutionnelle. Il a également un coût qui doit être pris en charge et partagé par la puissance publique, les acteurs bancaires et, plus largement, l'ensemble des parties prenantes du monde de l'entreprise.

Dans la période de crise que nous traversons et alors que l'investissement, principal moteur de la croissance, est ralenti, la facilitation de l'accès aux financements et à l'accompagnement des micro-entreprises et des TPE est un enjeu central du développement économique et de l'emploi en France. Aujourd'hui, 94% des entreprises françaises sont des micro-entreprises ou des TPE. Le microcrédit professionnel, qui joue un rôle majeur dans leur création et leur développement, doit bénéficier d'un soutien continu et renforcé. Les réseaux qui le constituent sont en capacité de se développer à plus grande échelle encore et d'accompagner un nombre beaucoup plus important de créateurs d'entreprise. C'est à l'ensemble des acteurs soucieux de l'emploi et de la croissance de leur en donner les moyens.

GREGOIRE LECHAT
RESPONSABLE DE LA COMMUNICATION
FRANCE ACTIVE

MARC OLAGNON
ADJOINT A LA DELEGUE GENERALE
FRANCE INITIATIVE

THIERRY RACAUD
DIRECTEUR DES ETUDES ET DU PLAIDOYER
ADIE

Le microcrédit personnel accompagné

Un tremplin vers la banque

Tous les Français sans emploi ne créeront pas leur entreprise. Beaucoup, en revanche, ont besoin d'acheter un véhicule pour aller travailler, d'équiper leur logement ou bien de suivre une formation. C'est là que réside l'intérêt du microcrédit personnel accompagné. Il donne l'occasion aux emprunteurs de financer un bien ou un service utile, sans compromettre l'équilibre de leur budget.

À lui seul, le microcrédit ne répond pas à tous les besoins des 5

à 6 millions de Français confrontés à des difficultés bancaires. Mais, selon l'étude menée par la Caisse d'Épargne et la Caisse des Dépôts, le microcrédit personnel permet à un emprunteur sur deux de retrouver un emploi. Il contribue ainsi à l'amélioration de leur budget, point clé de l'amélioration de leur situation bancaire. Qu'arrive-t-il en revanche lorsque le microcrédit ne produit pas un tel effet ? Le risque est que l'emprunteur se maintienne

dans une trappe, celle de l'exclusion bancaire.

Le microcrédit personnel trouve un nouveau sens s'il s'accompagne d'une offre et d'un conseil bancaires adaptés aux capacités et aux besoins des emprunteurs. Positionné comme tel, le microcrédit est un service parmi d'autres pour faciliter l'inclusion bancaire des particuliers, un moyen de les aider à devenir des clients comme les autres. Ce fut le cas de Karim.

Lorsqu'en 2010 Karim sollicite un microcrédit de la Caisse d'Épargne pour financer sa formation d'aide-soignant, il cumule alors un découvert non autorisé de 470 euros, une interdiction d'émettre des chèques et pas un euro d'épargne. Sa seule allocation Assedic ne lui permet pas de faire face à ses problèmes bancaires. Il est clair qu'un microcrédit ne peut pas suffire à redresser sa situation, quel que soit son taux ou sa durée. C'est en complétant la remise à plat de son budget par la mise en place d'un découvert autorisé et la levée de son interdiction bancaire que Karim trouvera les ressources pour rebondir grâce au microcrédit accompagné.

Accorder un microcrédit sans considérer la relation de l'emprunteur avec sa banque, c'est prendre le risque de ne pas lui donner toutes les chances de réussir. C'est prendre le risque également de voir les banques se désintéresser du microcrédit.

CEDRIC TURINI
CHEF DE PROJET MICROFINANCE ET INCLUSION FINANCIERE
FEDERATION NATIONALE DES CAISSES D'ÉPARGNE

Exclusion financière : il est temps d'agir !

Manifeste pour l'inclusion bancaire des populations fragiles

Plus de 5 millions de personnes sont aujourd'hui victimes d'exclusion bancaire. Leurs difficultés d'accès mais surtout d'usage des produits et services bancaires sont malheureusement peu prises en compte dans les statistiques officielles. C'est dans ce contexte que le 7 décembre 2011, le professeur Jean-François Mattei, président de la Croix-Rouge française, François Soulage, président du Secours Catholique et Patrick Kanner, président de l'Union nationale des centres communaux d'action sociale (UNCCAS) ont présenté à Paris, le Manifeste pour l'inclusion bancaire en France des populations fragiles.

Compte-tenu de la place des services bancaires dans notre vie quotidienne, la Croix-Rouge française, le Secours Catholique et l'UNCCAS alertent ainsi non seulement sur les conséquences sociales de ce phénomène mais proposent également des solutions pour lutter à grande échelle contre cette forme d'exclusion.

Accès refusé à un guichet ou à un conseiller personnel, mauvais fonctionnement du compte et des moyens de paiement générant des frais d'incident en cascade, incompréhension des modalités des crédits renouvelables... ces difficultés touchent à la fois des bénéficiaires de minima sociaux, des chômeurs ou des travailleurs pauvres mais aussi des ménages issus des classes moyennes confrontées au malendettement. Pour tous, un simple accident de la vie (perte d'emploi, divorce, maladie) peut rapidement dégrader leur situation déjà

fragile. Disposer d'un compte bancaire ne suffit pas. Encore faut-il pouvoir l'utiliser dans de bonnes conditions et bénéficier de conseils adaptés.

Au travers de ce manifeste, la Croix-Rouge française, le Secours Catholique et l'UNCCAS ont donc pour ambition de :

■ Rendre plus visible le phénomène d'exclusion bancaire, cause et conséquence d'exclusion sociale.

■ Pointer le manque d'efficacité des politiques publiques et l'insuffisance des moyens privés sur le sujet. Les lois en vigueur ne répondent en effet que partiellement à la question tandis que les pratiques bancaires sont inégales et pèsent encore trop peu dans la lutte contre l'exclusion bancaire.

■ Proposer des solutions concrètes, via un dispositif d'observation, de certification et d'incitation des établissements bancaires à faire évoluer leurs pratiques. Les auteurs du manifeste préconisent également de renforcer l'accompagnement budgétaire des populations fragiles et invitent les pouvoirs publics à promouvoir un nouveau modèle économique.

La présentation du manifeste en décembre 2011 à Paris a marqué une étape importante dans la poursuite du dialogue que les trois réseaux ont engagé avec l'ensemble des acteurs publics et privés autour de cette question de société.

CROIX-ROUGE FRANÇAISE
SECOURS CATHOLIQUE
UNCCAS



Sondage IPSOS exclusif

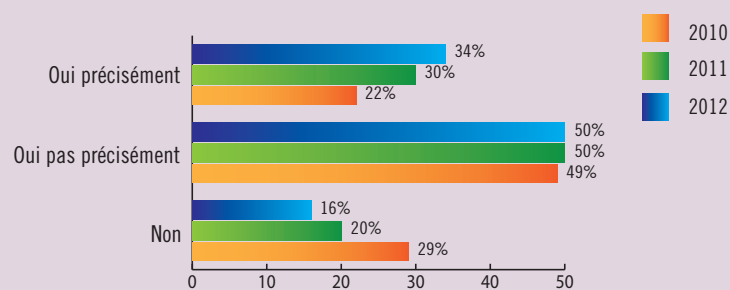


Que pensent les Français de la microfinance ?

Chaque année, le Baromètre de la Microfinance présente les résultats d'un sondage exclusif sur l'opinion des Français sur la microfinance. Le sondage Ipsos/Logica Business Consulting réalisé en mars 2012 auprès d'un échantillon représentatif de 1006 personnes dresse un nouvel état des lieux sur la perception de la microfinance en France.

La notoriété de la microfinance en France

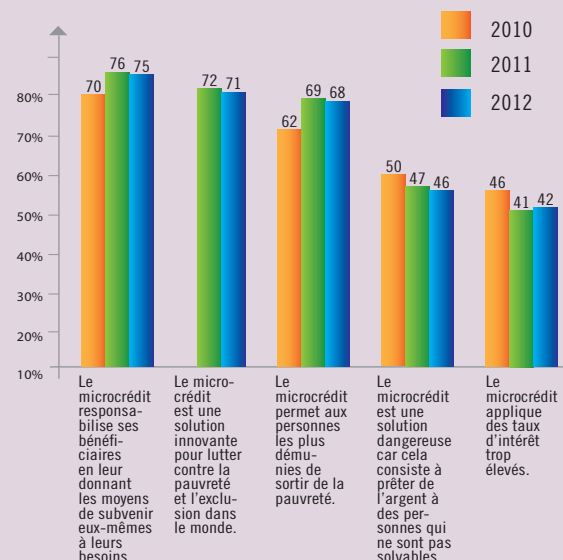
Personnellement, avez-vous déjà entendu parler du microcrédit ?



Depuis 2010, on assiste à une nette progression de la notoriété de la microfinance en France. 84% des personnes interrogées ont déjà entendu parler du microcrédit en 2012 et plus d'un tiers d'entre elles savent précisément de quoi il s'agit.

La microfinance est-elle une solution pour lutter contre la pauvreté et l'exclusion ?

Les propositions suivantes correspondent-elles à ce que vous pensez ?

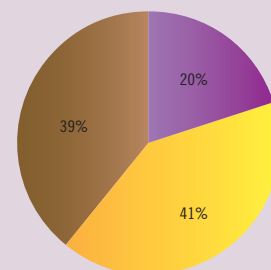


L'opinion des Français sur le microcrédit reste stable en 2012 par rapport à 2011. Cette opinion est largement positive, puisque plus de 70% des personnes interrogées sont d'accord avec l'idée que le microcrédit donne aux bénéficiaires les moyens de subvenir eux-mêmes à leurs besoins et qu'il constitue une solution innovante pour lutter contre la pauvreté et l'exclusion dans le monde. Par ailleurs, environ 55% des personnes interrogées n'adhèrent pas aux critiques formulées sur le niveau des taux d'intérêt des microcrédits et les risques d'insolvabilité des débiteurs.

Prêts à s'engager ?

Personnellement, si demain vous souhaitez faire un geste financier pour aider les populations pauvres en France ou à l'étranger, quelle solution aurait votre préférence parmi les suivantes ?

- Prêter une somme d'argent à un organisme ayant vocation à proposer des microcrédits personnels aux personnes les plus démunies
- Faire un don à un organisme luttant contre la précarité des personnes les plus démunies
- Investir dans un produit d'épargne solidaire (c'est-à-dire un placement d'épargne utilisé pour la cohésion sociale, le développement durable et la lutte contre l'exclusion)



Les Français qui décident de s'engager financièrement pour aider les populations pauvres privilégient toujours deux solutions, dans des proportions équivalentes aux années passées. 39% d'entre eux préfèrent investir dans un produit d'épargne solidaire, tandis que 41% privilégient le don à un organisme luttant contre la précarité. Seules 20% des personnes interrogées préfèrent prêter une somme d'argent à un organisme ayant vocation à proposer des microcrédits.

L'impact du microcrédit professionnel

En France et dans les pays du Nord

L'impact, donc le changement durable dans la situation d'un groupe cible, est un aspect de plus en plus débattu en matière de microfinance. Tant du fait des crises récentes qu'au regard de la contrainte actuelle de réduction des déficits publics, opérateurs et pouvoirs publics ne peuvent plus faire l'économie d'un questionnaire sur l'efficacité de la microfinance et notamment du microcrédit subventionné. Cet outil a-t-il un impact durable sur les bénéficiaires ? Des résultats équivalents ou supérieurs auraient-ils pu être obtenus grâce à d'autres instruments ? Quelle est l'efficacité du microcrédit professionnel relativement à d'autres dispositifs favorisant la création d'emplois ?

Ces questions se posent d'autant plus vis-à-vis du microcrédit dans les pays du Nord, du fait de l'importance de l'accompagnement des bénéficiaires de microcrédit professionnel dans la création d'activité et de la nécessité d'en mesurer l'impact, au-delà du seul accès à un financement.

Si l'essentiel du microcrédit se concentre dans les pays du Sud, la question de l'impact se pose donc tout autant au Nord, quoiqu'en des termes différents. Le microcrédit dans le Sud aide une population pauvre et non bancarisée à mieux gérer ses liquidités, à se protéger contre la vulnérabilité et à accroître ses revenus. Au Nord, où les pays disposent d'un secteur bancaire et financier plus accessible – même si l'inclusion bancaire des populations fragiles reste un enjeu important – ainsi que d'un système de protection sociale, le microcrédit professionnel vise l'intégration sociale et/ou professionnelle via la pérennité d'une activité professionnelle créée grâce au microcrédit.

En France, les programmes de microcrédit sont variés tant dans leurs objectifs que dans leurs modalités : ils peuvent toucher le bénéficiaire directement ou non, chercher à couvrir leurs coûts opérationnels ou non, adopter des stratégies distinctes en matière de ciblage des clients, ou encore offrir des services variés allant du seul microcrédit professionnel à une gamme de conseils et de services liés à la gestion de l'activité professionnelle. Cependant, ils ont en commun que l'impact de leurs actions se mesure à minima en termes d'emplois créés ou aidés ainsi que de survie de l'activité initiée. Tous les opérateurs disposent d'indicateurs tels que la sinistralité ou le taux de survie de l'activité financée ou encore le maintien dans l'activité professionnelle.

A cet égard, de nombreuses études menées en France et dans d'autres pays du Nord depuis les années 1990 (voir notamment Bureau International du Travail (2002), *Microfinance in industrialized countries, Helping the unemployed to start a business, Social Finance Department*) convergent vers le constat que le microcrédit est un dispositif efficace voire efficient de création d'emplois, et que le taux de survie dans les créations ou reprises d'activité ayant bénéficié d'un microcrédit est comparable à des créations d'entreprise dans des contextes plus favorables (autour de 70% après 3 ans et 60% après 5 ans).

Mais si détecter et tracer ce genre d'impact est nécessaire, cela est insuffisant pour capter tous les changements induits par le microcrédit dans le parcours professionnel et le quotidien de ses bénéficiaires. On manque d'évaluation prenant en compte des aspects plus qualitatifs et sociétaux

relatifs à l'impact du microcrédit professionnel. Quel est le rythme de travail du créateur (temps de travail hebdomadaire, vacances...) ? Est-il couvert par un régime de protection sociale ? Quelles sont la régularité et la stabilité de ses revenus et sa capacité d'épargne ? Surtout : qu'en est-il de sa « satisfaction professionnelle » ?

Les opérateurs en France ne saisissent que partiellement ces aspects, et isolément, donc avec des outils souvent incompatibles. Il est vrai que, chaque réseau ayant ses modalités d'intervention et ses publics cibles propres, l'harmonisation des approches n'est pas évidente. De fait, on ne dispose pas aujourd'hui d'outils agrégatifs permettant de saisir globalement ces effets. La capacité à évaluer ces aspects qualitatifs du microcrédit, sur la base d'indicateurs d'impact partagés, permettrait une meilleure connaissance des besoins et des attentes des micro-entrepreneurs. Elle viendrait alimenter les réflexions en cours sur les moyens de mieux servir les bénéficiaires du microcrédit. Ces questions feront l'objet d'une publication conjointe du Centre d'Analyse Stratégique et du Bureau International du Travail, dont une première étape consistera, durant l'année 2012, à examiner avec l'ensemble des opérateurs les effets du microcrédit sur la création d'emploi ainsi qu'à dresser un état des lieux des méthodes de suivi et d'évaluation d'impact mises en œuvre et/ou qui pourraient l'être.

BERND BALKENHOL
CONSULTANT MICROFINANCE

CAMILLE GUEZENNEC
CENTRE D'ANALYSE STRATEGIQUE

Aller plus loin

En France, vous avez besoin d'un microcrédit professionnel ?

- Association pour le droit à l'initiative économique (Adie)
- Caisse Sociale de Développement Local, Bordeaux (CSDL)
- Créa-Sol
- France Active
- France Initiative
- Réseau Entreprendre
- Les Boutiques de gestion (BGE)
- Et les réseaux bancaires mentionnés ci-dessous

En France, vous avez besoin d'un microcrédit personnel ?

- Association pour le droit à l'initiative économique (Adie)
- Caisse Sociale de Développement Local, Bordeaux (CSDL)
- Créa-Sol
- Crédit Municipal (dans certaines grandes villes)
- Banque Fédérale Mutualiste
- Banque Populaire
- Banque Postale
- BNP Paribas Personal Finance
- Caisses d'Épargne
- Crédit Agricole
- Crédit Coopératif
- Crédit Mutuel
- Société Générale
- Cofidis
- LaSer Cofinoga

Et retrouvez tous les réseaux accompagnants sur : www.france-microcredit.org

En France, vous avez besoin d'une micro-assurance ?

- Entrepreneurs de la Cité
- Association pour le droit à l'initiative économique (Adie)

Soutenez la microfinance en investissant dans des placements solidaires !

Demandez à votre banquier

- Vous pouvez placer votre argent dans un produit financier labellisé par Finansol et investi dans des activités de microfinance.

Devenez actionnaire d'une institution de microfinance

- Vous pouvez investir directement au capital de structures qui accompagnent des personnes exclues du système bancaire classique et mettent à leur disposition des services financiers adaptés.

Agissez via votre entreprise

- Renseignez-vous auprès de votre entreprise ; elle propose peut-être un Plan d'épargne entreprise (PEE) ou un Plan d'épargne pour la retraite collectif (PERCO). Via ces dispositifs, vous pouvez choisir de placer votre épargne salariale dans un des produits labellisés par Finansol (FCPES).

Prêtez directement à des micro-entrepreneurs dans les pays du Sud et en France

- Les plateformes de microcrédit en ligne permettent aux internautes de prêter aux micro-entrepreneurs de leur choix partout dans le monde : babyloan.org, kiva.org, microworld.org, myc4.com, xetic.org...

Pour plus d'informations : www.finansol.org



Améliorer la qualité des services financiers grâce à la micro-assurance

Les pauvres sont plus vulnérables aux risques et aux chocs économiques que le reste de la population. Ils sont également les moins à même de faire face à ces chocs. Si les efforts de la microfinance tendent aujourd'hui à se concentrer sur des stratégies qui visent à accroître les revenus et constituer des actifs, il est important de reconnaître que les gains peuvent rapidement être perdus quand les ménages pauvres sont confrontés à la maladie, un décès dans la famille ou d'autres crises. C'est là que la micro-assurance – la prestation de services d'assurance aux personnes à faible revenu – peut spécifiquement venir en aide aux ménages pauvres pour mieux assurer leurs actifs et réduire leur vulnérabilité.

Les institutions de microfinance (IMF) disposent d'une vaste expérience en matière d'offre de crédit et, plus récemment, d'épargne aux ménages à faible revenu. Ajouter la micro-assurance à leur gamme de produits permet non seulement aux IMF d'améliorer leur propre viabilité, mais aussi d'accroître la qualité des services proposés à leurs clients. L'assurance donne aux clients les moyens de gérer les situations d'urgence tout en préservant leur épargne et en évitant de contracter de nouvelles dettes. Cependant, on estime que seulement 20% des IMF dans le monde proposent une assurance à leurs clients (voir tableau) et une grande

majorité n'offre que des produits avec des prestations limitées.

Aller au-delà de l'assurance-vie de crédit pour protéger les ressources des clients

Le produit le plus répandu parmi les services des IMF est l'assurance-vie de crédit, qui couvre uniquement le principal et les intérêts d'un prêt en cours lorsqu'un client décède. Si cette couverture est utile pour l'IMF, qui n'a plus à s'inquiéter du non-remboursement en cas de décès, il ne couvre pas adéquatement les risques auxquels le client fait face.

L'assurance-vie de crédit devient plus intéressante lorsqu'elle offre des prestations complémentaires, telles que le paiement du coût des funérailles et le paiement des factures de services publics et d'épicerie du ménage suite au décès du principal gagne-pain, ou lorsqu'elle couvre des risques additionnels comme l'invalidité de l'emprunteur et l'assurance en cas d'incendie ou de catastrophe naturelle.

Assurez votre famille et investissez dans l'avenir

Même s'ils sont plus complexes à gérer, les produits d'assurance-vie, d'assurance-santé et d'assurance des biens contractés volontairement

offrent de plus grands bénéfices directs et indirects aux clients des IMF. Ils peuvent éviter aux clients de payer eux-mêmes des dépenses importantes, en cas d'hospitalisation par exemple, et permettent également aux ménages de planifier l'avenir. Les clients assurés seront, ainsi, moins susceptibles d'avoir à choisir quel enfant envoyer à l'école et plus susceptibles de se procurer des soins médicaux de prévention et d'accumuler des ressources pour financer l'éducation aussi bien de leurs filles que de leurs fils.

La micro-assurance, parallèlement à d'autres outils financiers, peut empêcher que les clients des IMF dans les pays en développement ne retombent ou ne s'enfoncent dans la pauvreté ; mais ces clients ont besoin de produits pertinents pour répondre à leurs besoins. L'assurance-vie de crédit de base doit être vue comme un commencement, non comme une fin, car elle n'est pas suffisante pour que les clients à faible revenu puissent gérer leurs risques. Les intérêts des IMF et de leurs clients convergent, puisque des clients assurés sont de meilleurs clients.

CRAIG CHURCHILL
PRESIDENT, MICROINSURANCE NETWORK

SARAH BEL
CHARGÉE DE COMMUNICATION, FONDS POUR
L'INNOVATION EN MICRO-ASSURANCE, OIT

Pourcentage des IMF reportant au MIX Market qui offrent des produits de microassurance*

Région	% d'IMF offrant des produits de microassurance
Afrique	15,3
Europe de l'Est/Asie Centrale	9,5
Asie du Sud	27,1
Asie de l'Est/Asie Pacifique	17,1
Amérique Latine/Caraïbes	27,5
Moyen-Orient /Afrique du Nord	18,5

*Echantillon de 317 IMF ayant participé à l'enquête du MIX Market en 2011



© Hélène Grégoire/FACTED

Assurance contre les catastrophes naturelles

Fonkoze est la plus grande institution de microfinance en Haïti. Elle dessert 55 000 emprunteurs et 25 000 épargnants. Elle a développé Kore W, un produit de micro-assurance qui assure ses clients en cas d'ouragans, de tremblements de terre, d'inondations, ou de vents destructeurs. Ce produit est obligatoire pour tous les emprunteurs, qui paient une prime correspondant à 3% du principal de leur prêt. En cas de catastrophe naturelle, les clients sont éligibles à une indemnité de 125 USD pour répondre aux besoins de première nécessité tels que nourriture, eau et abri temporaire. Ils peuvent également bénéficier de l'annulation du prêt contracté auprès de Fonkoze et de l'obtention d'un nouveau prêt dès que cela est possible.

L'impact des services financiers mobiles

Pensez à combien le téléphone portable a changé votre vie. Pensez à la commodité que vous apporte le fait de joindre quelqu'un, d'envoyer un message, de vérifier vos emails quand vous le voulez. De plus, aujourd'hui avec les smartphones, vous disposez d'une pléthore d'applications qui vous permettent d'effectuer à peu près n'importe quel type de transaction. Imaginez que vous perdez votre téléphone pendant plus d'une semaine – c'est à ce moment que vous réaliseriez véritablement combien le téléphone portable a changé votre vie.

Maintenant, imaginez que vous vivez dans un pays en développement, dans un village rural qui n'est pas connecté au réseau électrique et dispose d'un approvisionnement en eau limité. Pour faire des affaires, vous devez effectuer un trajet de 2 heures afin de vous rendre dans la ville la plus proche. Mais, depuis chez vous dans votre village, vous avez très probablement dans votre poche l'un des appareils les plus utiles – un téléphone portable – et vous pourriez, par exemple, appeler n'importe qui, envoyer des messages écrits pour organiser des rendez-vous ou planifier un covoiturage vers la ville, lire les prévisions météorologiques, localiser la clinique médicale la plus proche et... réaliser des transactions bancaires.

Aujourd'hui, avec un téléphone portable, même le plus basique, des millions de personnes dans les pays en développement envoient de l'argent à leurs amis et à leur famille, paient des factures, font des dépôts d'épargne, remboursent leurs prêts et réalisent d'autres transactions bancaires quand ils le veulent et d'où ils le veulent. Les vies de beaucoup de gens sont influencées par l'usage de services financiers mobiles, sans pour autant qu'ils disposent d'un compte bancaire formel.

Selon l'enquête Global Findex, seuls 41% des adultes disposent d'un compte bancaire formel dans les pays en développement et uniquement 23% parmi ceux qui vivent avec moins de 2USD par jour. Selon la même enquête, 61% des personnes qui ont un compte bancaire dans le monde l'utilisent pour recevoir des paiements de leur employeur, du gouvernement ou de parents éloignés. Mais avoir un compte bancaire formel juste pour recevoir des paiements peut représenter un coût important pour le client, à la fois à cause des transactions bancaires (frais d'ouverture de compte, frais appliqués aux transferts et aux retraits, etc.) et du temps et de l'argent nécessaires pour se rendre à la succursale bancaire la plus proche. Les personnes qui ont un compte et vivent en zone rurale dans les pays en développement peuvent consacrer 2 à 3 heures de trajet jusqu'à la

succursale la plus proche et à l'attente au guichet pour effectuer des transactions. Au lieu de cela, aujourd'hui, ces mêmes personnes peuvent recevoir des paiements sur leur téléphone portable et se rendre chez un représentant à proximité, souvent un petit commerce dans leur village, pour retirer de l'argent ou réaliser un transfert électronique. Cette facilité permet aux personnes d'économiser du temps, souvent pris sur leur temps de travail, et de l'argent, nécessaire pour couvrir le coût du déplacement (essence, ticket de bus...).

Certains des paiements mobiles reçus par les clients sont des versements de prêts. Les institutions de microfinance (IMF) utilisent la technologie mobile pour déboursier des prêts de manière électronique dans le monde entier – plus de 8 IMF utilisent ce système ne serait-ce qu'au Kenya –, économisant ainsi du temps et de l'argent pour l'institution et pour le client final. Une IMF au Kenya, qui auparavant déboursait les prêts sous la forme de chèques, a signalé qu'en versant directement les prêts dans les portefeuilles électroniques de ses clients, elle leur faisait économiser 25 000 € par mois en temps, en frais bancaires et en coût de transport. Les IMF utilisent également la technologie mobile pour étendre leur action à de nouveaux clients. Les agents de crédit visitent des zones isolées pour trouver de nouveaux clients et ouvrir

des comptes, notamment d'épargne, qui permettent aux gens d'épargner en passant par un responsable local qui perçoit les espèces et transfère l'argent sur leur compte épargne. Beaucoup des personnes qui ne disposent pas d'un compte bancaire n'épargnent pas formellement du fait des frais bancaires et du coût d'accès à une succursale. Par conséquent, les services financiers mobiles éliminent ces barrières et peuvent peut-être aider les gens à mieux gérer leurs ressources financières. Les clients de la microfinance citent d'autres bénéfices de ces services, comme la commodité de rembourser son prêt par téléphone plutôt qu'en se déplaçant dans une succursale de l'IMF ou en allant à la rencontre d'agents de crédit. Ces paiements à distance, faciles, peuvent permettre des remboursements plus ponctuels.

Les services financiers mobiles génèrent déjà des bénéfices. Cependant, pour réellement changer d'échelle, les offres et la fonctionnalité doivent être conçues en tenant compte des besoins et des contraintes des clients, comme le faible niveau d'alphabétisation et le caractère abordable des services. Mais le défi le plus important pour les fournisseurs de services financiers mobiles est de créer un réseau d'agents solide qui permet aux clients de trouver facilement et de traiter rapidement avec des responsables locaux de confiance.

Beaucoup de systèmes de services financiers mobiles sont maintenant disponibles, développés soit par des banques, soit par des fournisseurs de services. Selon le GSMA, il existe aujourd'hui 123 systèmes de services financiers mobiles dans le monde. Parmi les plus marquants, on distingue M-Pesa au Kenya (utilisé par 15 millions de Kenyans et qui traite la somme incroyable de 1,4 milliard de USD par mois), MTN's MobileMoney (présent dans 13 pays africains, qui touche plus de 7 millions de personnes et permet des transferts au niveau national et même, en Ouganda, au niveau international), Orange Money (disponible dans 8 pays africains, qui touche plus de 3 millions de clients), et, aux Philippines, des plateformes comme GCASH et SMART ainsi qu'une nouvelle institution de microfinance mobile, BPI Globe BankO, qui propose des produits de micro-assurance, des prêts et des comptes épargne.

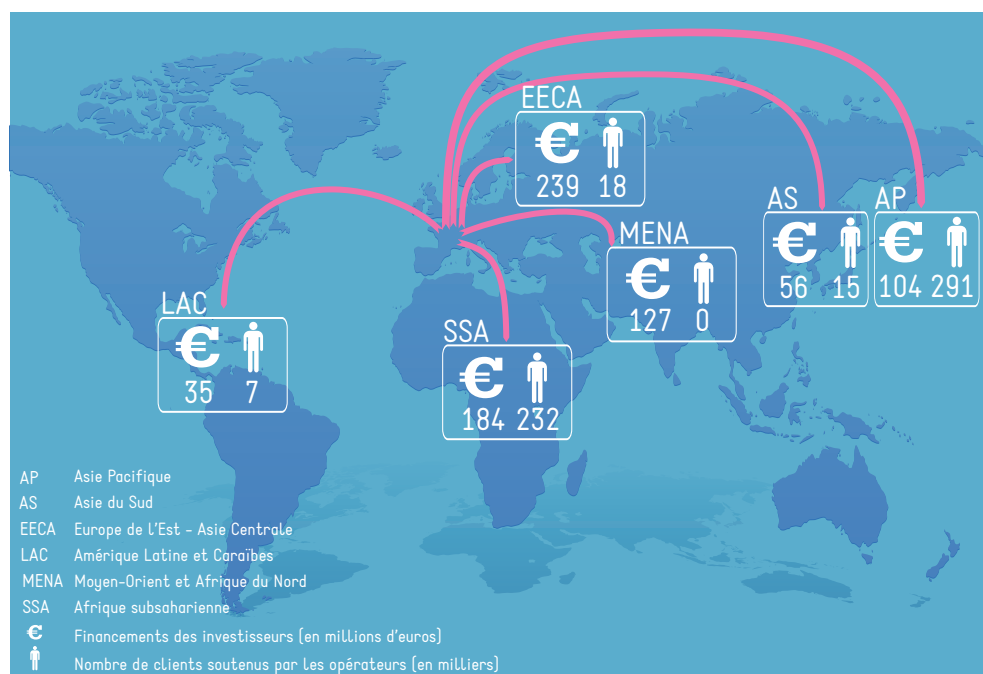
Les systèmes de services financiers mobiles et le taux de pénétration du téléphone portable croissent rapidement, créant un impact potentiel énorme pour améliorer les vies des personnes exclues ou éloignées du système bancaire.

CAROL CARUSO
DIRECTRICE, TRIPLE JUMP ADVISORY SERVICES

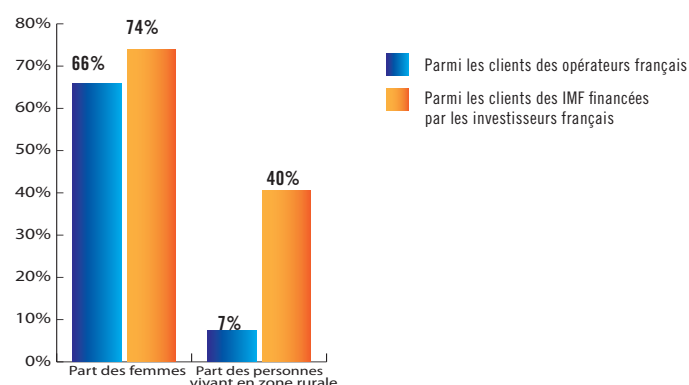
ENQUÊTE – Les acteurs français de la microfinance à l'international

Qui sont Les bénéficiaires des acteurs français de la microfinance à l'international ?

■ L'action des acteurs français de la microfinance à l'international se concentre sur trois zones géographiques principales : l'Afrique subsaharienne, l'Asie Pacifique et la région Europe de l'Est et Asie centrale, qui constitue la première zone de destination des financements français. L'action des investisseurs et des opérateurs français bénéficie principalement à des femmes. Si 40% des bénéficiaires indirects des investissements français en microfinance vivent en zone rurale, les opérateurs français interrogés agissent encore majoritairement en zone urbaine (93%).



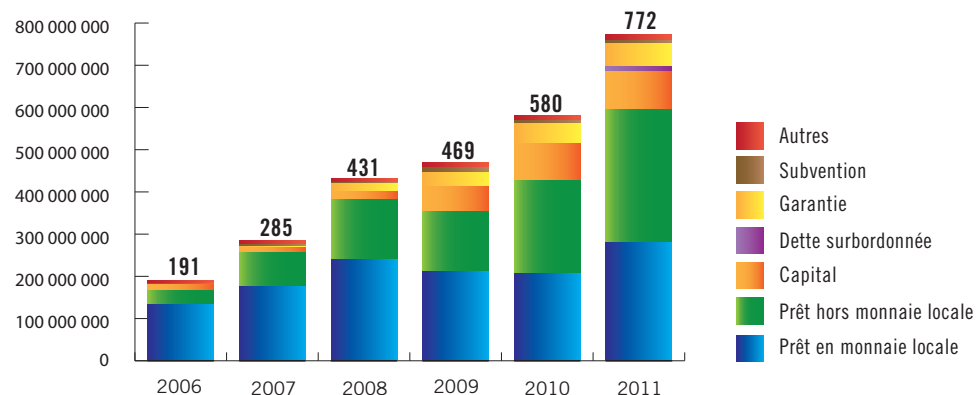
Profil des bénéficiaires des acteurs français de la microfinance à l'international en 2011



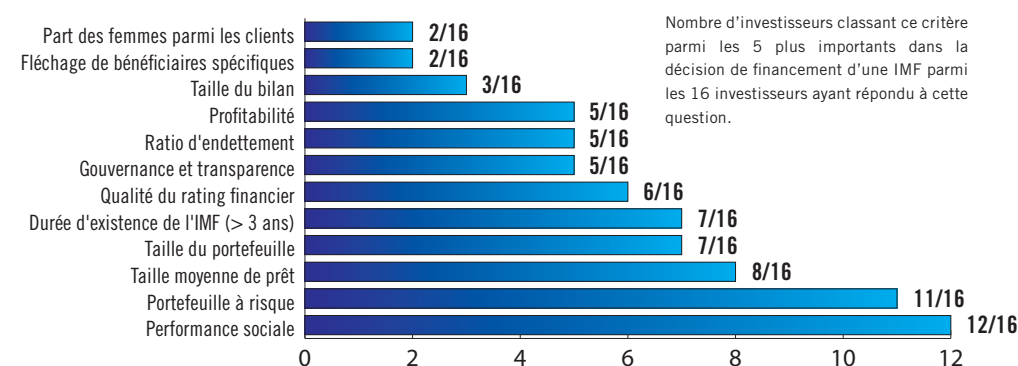
Les investisseurs français en microfinance*

■ Le montant total des financements consacrés à la microfinance par les investisseurs publics et privés français est en forte augmentation (+33% par rapport à 2010, multiplié par 4 depuis 2006). En 2011, cette progression s'explique principalement par la croissance d'un des investisseurs. L'enquête révèle un souci croissant de la part des investisseurs pour la performance sociale des IMF, principal critère pris en compte dans les décisions de financement. Les autres critères sont surtout liés à la viabilité économique.

Volume d'encours et types de financements entre 2006 et 2011 (en millions d'euros)



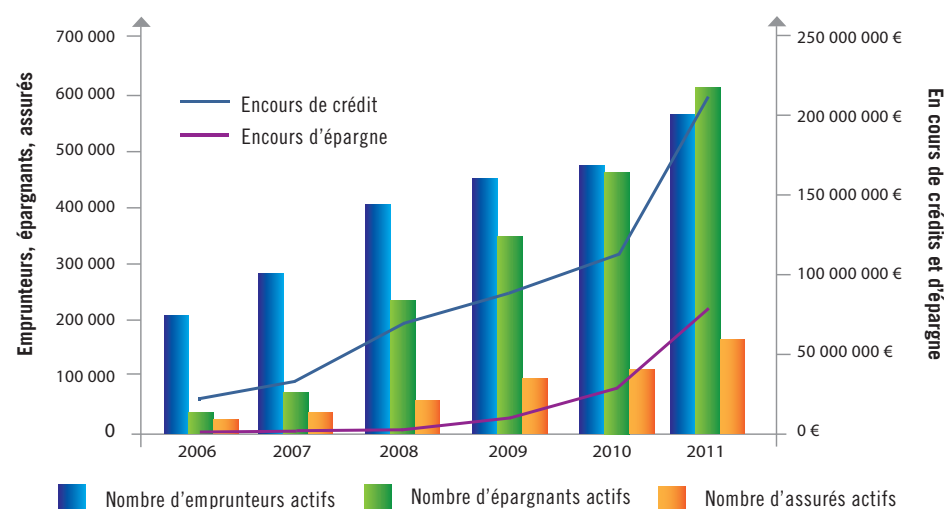
Critères pris en compte par Les investisseurs dans la décision de financement d'une IMF



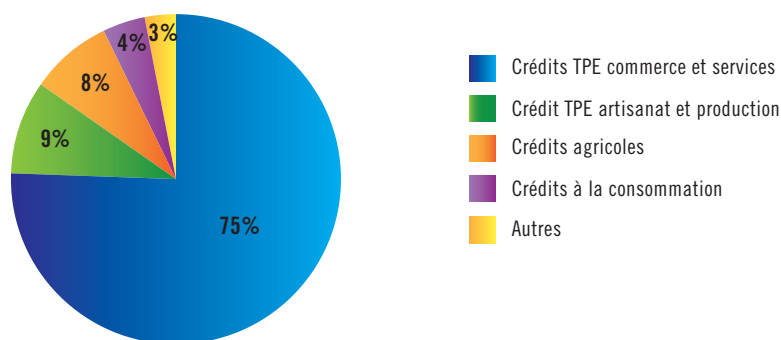
Les opérateurs français à l'international*

■ Malgré les crises de la microfinance, le dynamisme du secteur se confirme. La croissance de l'encours de crédit s'accroît par rapport aux années précédentes (+90% en un an), même si la diversification des produits reste assez limitée. Le nombre de clients de la microfinance continue également d'augmenter, en particulier le nombre d'épargnants (616 000) qui dépasse cette année le nombre d'emprunteurs (563 000). La montée en puissance de la micro-épargne est confirmée par l'augmentation de 132% de l'encours entre 2010 et 2011. Enfin, la micro-assurance continue de se développer : le nombre d'assurés a été multiplié par 8,8 entre 2006 et 2011.

Evolution du nombre de bénéficiaires et des encours entre 2006 et 2011



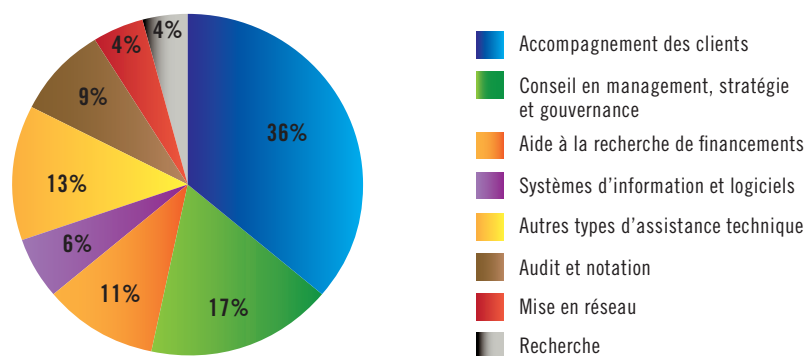
Répartition des microcrédits accordés par type de produits en 2011 (en encours)



Les organisations françaises d'appui à la microfinance*

■ Les organisations d'appui proposent une diversité de prestations aux institutions de microfinance et aux réseaux d'IMF à travers le monde afin de renforcer leurs performances organisationnelles et sociales. En 2011, environ 100 000 jours de travail ont été consacrés à différents types de missions, allant de l'accompagnement des clients au conseil en management ou encore à l'appui aux systèmes d'information.

Types de prestations accordées par Les organisations d'appui françaises en 2011 (en jours de travail)



*Voir Glossaire

ONT PARTICIPÉ À L'ENQUÊTE SUR LES ACTEURS FRANÇAIS DE LA MICROFINANCE À L'INTERNATIONAL :

Investisseurs : ACTED, AFD, Babyloan, BNP Paribas, Crédit Coopératif, Grameen Crédit Agricole Microfinance Foundation, Investisseur et Partenaire pour le Développement (I&P), MACIF, Mairie de Paris, MicroWorld, Natixis, PlanIS ResponsAbility, Proparco, SIDI, Société Générale, Veecus, Xetic

Organisations d'appui : Audencia, CERISE, CGSI Consulting, COFIDES, Convergences 2015, Ecidec, GRET, Horus, IECD, Microfinance Sans Frontières, Neufilize OBC, Octopus, PAMIGA, PlaNet Finance, PlaNet Rating, SAMN, SIDI

Opérateurs : Advans, CIDR, Entrepreneurs du Monde, FERT, Inter Aide, MicroCred, OXUS

Les coopératives financières, levier pour le développement en Lituanie

Le mouvement coopératif

Les Nations-Unies ont proclamé 2012 « Année internationale des coopératives ». Leur Secrétaire général, Ban Ki-moon, a souligné à cette occasion que « *les coopératives rappellent à la communauté internationale que la viabilité économique et la responsabilité sociale sont largement compatibles.* »

Les coopératives sont des organisations autonomes et détenues par leurs membres, grâce auxquelles des personnes et des communautés peuvent améliorer leur mode de vie au moyen d'une activité économique.

Les coopératives d'épargne et de crédit (aussi appelées *credit unions*) sont des coopératives financières non-profitables détenues par leurs membres, qui leur apportent une large variété de services financiers (épargne, crédit...) et non-financiers (formation, monétisation...). Par la proximité qu'elles entretiennent avec les communautés locales, les coopératives d'épargne et de crédit jouent un rôle essentiel dans le financement des activités agricoles et des micro-entreprises. Avec près de 857 millions de personnes bénéficiant de leurs services, soit 13% de la population mondiale, elles sont un acteur de premier plan de l'inclusion financière.

LCCU et Le succès des coopératives d'épargne et de crédit en Lituanie

L'éclatement du bloc soviétique et l'arrivée de l'économie de marché dans les années 90 se sont traduits en Lituanie par un afflux important de banques étrangères qui se sont concentrées sur le financement des grandes et moyennes entreprises en évitant les secteurs de la microfinance et de l'agriculture, jugés trop risqués. Les coopératives d'épargne et de crédit sont apparues comme une solution idoine au désintérêt des banques commerciales pour les zones rurales et les villes de petite taille où le tissu économique est très majoritairement composé d'activités agricoles et de micro-entreprises.

Ainsi, la première coopérative d'épargne et de crédit fut fondée en 1995 avec 5000 euros d'actifs, sous l'impulsion du gouvernement lituanien qui cherchait à développer l'inclusion financière des zones rurales et avec le soutien technique de l'Agence de coopération internationale canadienne (CEDA) et de Desjardins International Development (DID). Aujourd'hui, l'organe central, LCCU (Lithuanian Central Credit Union), regroupe 68 coopératives d'épargne et de crédit qui représentent un total d'actifs de 450 millions d'euros ; elles ont un encours de prêt de 300 millions d'euros et collectent 370 millions d'euros d'épargne auprès de leurs 120 000 membres.

Elles comptent aujourd'hui pour 12% de l'épargne totale du pays et près de la moitié du financement de l'agriculture et des micro-entreprises. La participation des coopératives d'épargne et de crédit dans l'économie lituanienne est notamment perceptible dans les zones rurales et les villes de moins de 3000 habitants, où elles comptent pour plus de la moitié du secteur financier local.

Avec leur déploiement sur l'ensemble du territoire lituanien, le besoin de coopération entre les coopératives d'épargne et de crédit s'est traduit par la création en 1998 d'une association professionnelle (ALCU – Association of Lithuanian Credit Unions) puis par l'instauration en 2002 de l'organe central LCCU. Alors que l'ALCU assure des activités de plaidoyer et représente les intérêts du secteur, l'objet de LCCU est d'apporter des services financiers et non-financiers aux coopératives d'épargne et de crédit qui en sont membres. LCCU a notamment pour rôle de maintenir la santé financière de l'ensemble du secteur et de chacune des coopératives d'épargne et de crédit par la gestion d'un fonds de liquidité et d'un fonds de stabilisation, et d'assurer en partie le refinancement de leur activité.

Des valeurs fortes

Les coopératives sont au service de leurs membres. Elles leur apportent les moyens dont ils ont besoin pour assurer leur développement économique

et social. Ainsi, LCCU a permis l'instauration de systèmes de paiement nationaux et internationaux, la mise en place de cartes bancaires et le déploiement de la banque sur internet. Son autre mission est de procurer à ses membres des services extra financiers : formation et éducation (gestion, finances, etc.), documentation, veille réglementaire et juridique, systèmes informatiques...

L'autonomie financière des coopératives d'épargne et de crédit est assurée par l'épargne qu'elles collectent par l'intermédiaire de leurs membres et qui est entièrement utilisée pour financer sous forme de prêts les besoins professionnels et personnels de ces derniers.

En Lituanie comme ailleurs, la gouvernance démocratique est une des vertus cardinales du mouvement coopératif. Le membre est à la fois client et propriétaire de sa coopérative, et participe à sa gouvernance à travers le principe « un homme = une voix ». Les coopératives d'épargne et de crédit sont administrées par leurs membres et participent elles-mêmes, lors des assemblées générales, aux élections du conseil d'administration et des différents comités opérationnels de LCCU.

Des investisseurs engagés

LCCU est soutenue par Oikocredit, CoopEst et le Crédit Coopératif, trois investisseurs engagés qui partagent une

vision commune d'un investissement à fort impact social en soutien de l'économie sociale et solidaire, dont les coopératives, dans les pays en développement.

■ La coopérative néerlandaise Oikocredit, fondée en 1975, est l'un des plus importants acteurs privés du financement du développement. Elle soutient plus de 800 organisations de producteurs, coopératives, PME et institutions de microfinance dans le monde entier.

■ CoopEst est une société d'investissement de l'économie sociale dans les pays d'Europe de l'Est et d'Europe Centrale. Créée en 2006, elle est aujourd'hui reconnue comme un acteur-clé du mouvement coopératif et de la microfinance dans la région.

■ Le Crédit Coopératif est une banque coopérative active depuis près de 120 ans dans le financement de l'économie sociale et solidaire : associations, coopératives, mutuelles, PME, etc. Elle est aujourd'hui membre du groupe BPCE, second groupe bancaire français, créé en 2008.

ANTHONY DEGOUE
CHARGE DE PROJET MICROFINANCE, CREDIT COOPERATIF

MARC-HENRI STROH
PRESIDENT, OIKOCREDIT IFO

Glossaire

■ Accompagnants

Personnes qui apportent un accompagnement professionnel des micro-entrepreneurs dans une ou dans plusieurs étapes du crédit (création d'entreprise, analyse budgétaire, etc.). En France, l'accompagnement est une composante importante du microcrédit ; il peut s'agir d'une action bénévole ou d'une activité professionnelle.

■ Crédit individuel (produit de microfinance)

Méthodologie de crédit où l'emprunteur reçoit un prêt en son nom propre. Très souvent il doit apporter des garanties physiques ou des cautions.

■ Crédit solidaire / Crédit de groupe (produit de microfinance)

Méthodologie de crédit où les emprunteurs forment des groupes de 5 à 20 personnes qui n'apportent pas de garanties physiques mais se portent caution solidaire : en cas de défaillance de l'un des membres du groupe, les autres membres se substituent à lui. Dans un crédit solidaire, l'épargne est parfois obligatoire.

■ Epargne (produit de la microfinance)

Produit qui peut être obligatoire (pour obtenir un crédit) ou volontaire (dépôt à terme, bloqué, rémunéré en fonction de la durée ; dépôt à vue avec dépôts et retraits sans contrainte). Epargner consiste à renoncer à une consommation immédiate pour la reporter dans le futur.

■ Epargne solidaire / Investissement solidaire

Placement financier destiné à soutenir des projets de création ou de développement d'activités solidaires. Une activité peut être qualifiée de solidaire selon sa nature, son utilité sociale, le statut social du bénéficiaire du financement, etc. Les produits de l'épargne solidaire sont distingués par le label Finansol.

■ Finance solidaire

Secteur financier qui apporte des fonds aux activités d'insertion liées à l'emploi, au social, au logement, à la solidarité internationale, etc.

■ Fonds de cohésion sociale (loi Borloo 2005)

Instrument créé par la loi de programmation pour la cohésion sociale qui vise à inciter les banques à accorder des microcrédits professionnels ou sociaux à des particuliers à faibles revenus, en leur apportant une garantie sur une partie des prêts.

■ Institution de microfinance (IMF)

Une IMF est une organisation qui offre des services financiers aux personnes à faibles revenus ou n'ayant pas accès au secteur financier formel. Son statut juridique peut être très varié : ONG, association, coopérative d'épargne et de crédit, société anonyme, établissement financier, banque, etc. Selon les pays, les IMF sont réglementées ou non, supervisées ou non par les autorités monétaires ou d'autres entités, peuvent collecter l'épargne ou non, etc.

■ Investisseurs

Organismes publics ou privés effectuant des investissements dans des institutions de microfinance dans les pays en développement, ils peuvent fournir aussi parallèlement de l'assistance technique. Les investissements peuvent se faire sous forme de prêts, capital, garanties ou encore de subventions.

■ Mésofinance

Concerne les besoins de financement des petites et moyennes entreprises non couverts (ni par la microfinance ni par la finance classique), qui peuvent s'étaler de 2000 euros à 100 000 euros, ces limites pouvant varier selon les pays.

■ Micro-assurance

Produit d'assurance à destination des plus pauvres. Les services les plus courants sont les assurances santé, invalidité, décès, catastrophes naturelles et récoltes (voir article page 9).

■ Microcrédit

Prêt de petite somme. Il y a plusieurs types de microcrédits (voir ci-dessous).

■ Microcrédit à la consommation / Microcrédit social

Prêt destiné à l'acquisition d'un bien de consommation ou d'une formation dans le but d'améliorer les conditions de vie ou de travail des emprunteurs. En France, il est appelé microcrédit personnel (voir article page 5).

■ Microcrédit professionnel

Prêt destiné à financer une activité économique, les revenus remboursant le crédit (voir article page 5).

■ Microfinance

Offre de services financiers destinés aux individus pauvres exclus du système bancaire traditionnel. Inclut principalement les prêts, les produits d'épargne, la micro-assurance, les transferts d'argent et le crédit bail. Dans les pays développés, les bénéficiaires peuvent ne pas être exclus du système bancaire, mais n'avoir que de très faibles revenus.

■ Mobile banking

Possibilité de réaliser des transactions financières via un téléphone portable (virements, transferts d'argent, paiements, vérifications de solde, dépôts d'espèces, etc.) (voir article page 9).

■ Opérateurs de microfinance

Il s'agit d'acteurs qui contrôlent des IMF dans les pays en développement ou qui sont sur le terrain pour appuyer des IMF sur le long terme et de manière quasi-continue, notamment en les aidants à devenir autosuffisantes.

■ Organisations d'appui à la microfinance

Il s'agit d'acteurs qui fournissent de l'assistance technique, du conseil et des services ponctuels à des institutions de microfinance dans les pays en développement. Cela peut comprendre notamment de la recherche, de l'assistance technique, du conseil, de la mise en réseaux, du mécénat de compétences, de l'intermédiation financière, de l'audit et de la notation.

■ Organisation non gouvernementale (ONG)

Structure sans but lucratif qui ne relève ni de l'Etat ni d'une institution internationale, créée pour défendre une cause d'intérêt public.

■ Peer-to-peer lending

Prêts entre particuliers, sans l'intermédiation d'une institution financière. Dans le cas de la microfinance, des plateformes internet permettent aux internautes de prêter de l'argent à des micro-entrepreneurs du Sud ou du Nord, par le biais d'institutions de microfinance.

■ Performance sociale

Traduction pratique des objectifs sociaux d'une institution : servir durablement un nombre croissant de pauvres et d'exclus, améliorer la qualité et l'adéquation des services financiers, améliorer la situation économique et sociale des clients et engager la responsabilité sociale de l'institution envers les clients, les employés et la communauté servie.

■ Portefeuille de prêts brut / Encours de prêts brut

Solde restant dû de tous les prêts en cours accordés par une institution, qu'ils soient sains, douteux ou restructurés ; ce montant n'inclut pas les prêts qui ont fait l'objet d'un abandon de créance ni les intérêts courus. Diminué des provisions pour créances douteuses, le portefeuille est dit « net ».

■ Portefeuille à risque [PAR]

Solde restant dû de tous les prêts en cours dont au moins un remboursement du principal est en situation d'impayé depuis un certain nombre de jours. Ce compte inclut le montant total restant à payer (remboursements échus et impayés + remboursements non échus futurs), mais pas les intérêts courus. Le PAR est fréquemment calculé sur 30 jours.

■ Prêt d'honneur

Crédit à moyen terme (2 à 5 ans) ne portant pas intérêt ou à taux inférieur à celui du marché, accordé à un porteur de projet sans lui demander de garanties réelles ou personnelles.

■ Protection du consommateur

Notion apparue aux Etats-Unis sous l'impulsion du mouvement consumériste dirigé par Ralph Nader. Les règles législatives de protection du consommateur concernent les contrats de consommation, mais aussi les opérations de crédit que ce soit dans le crédit à la consommation ou dans le crédit immobilier.

■ Services non financiers

Prestations apportées à l'emprunteur pour renforcer ses capacités : formation technique, gestion, alphabétisation, éducation, nutrition, santé, etc.

■ Surendettement

Situation caractérisée par l'impossibilité pour le débiteur de bonne foi de faire face à l'ensemble de ses dettes non professionnelles exigibles et à échoir.

En savoir plus

www.convergences2015.org



Entretien avec Sam Daley-Harris Fondateur de la Campagne du Sommet du Microcrédit

sujet de la Grameen Bank. Nous n'avions jamais rien vu de tel. L'argent était mis directement entre les mains des très pauvres. Nous étions époustoufflés. Nous avons envoyé des copies de cette vidéo à chacune des 50 branches de RESULTS aux Etats-Unis.

À la fin de l'année 1986, nous avons préparé des mesures législatives sur la microfinance pour qu'elles soient introduites au Congrès américain. Durant les 12 mois qui ont suivi, les bénévoles

de RESULTS ont produit 100 tribunes en faveur de la microfinance dans des journaux du pays. Muhammad Yunus a rejoint notre conseil d'administration l'année suivante.

J'ai quitté RESULTS en 1995 pour organiser le Sommet du Microcrédit de 1997, un projet du Fonds Éducatif de RESULTS. Le Sommet a lancé une campagne de neuf ans dont l'objectif était d'atteindre 100 millions des familles les plus pauvres du monde avec le microcrédit. En 1998, en reconnaissance de ce premier Sommet, l'ONU a déclaré 2005 Année du microcrédit. Après avoir été élu prix Nobel de la paix en 2006, Muhammad

Yunus m'a félicité parce qu'il savait que j'avais demandé chaque année aux deux mêmes leaders de le nommer pour le prix Nobel de la paix.

Ainsi, j'ai été présent, avec les organisations que j'ai fondées, à certains des moments cruciaux des 25 dernières années, pour les bons moments et pour les échecs récents.

Qui sont les clients de la microfinance aujourd'hui ? Et qui devraient être ses clients potentiels ?

Tous les pauvres devraient être les clients potentiels de la microfinance. Mais, comme dans d'autres secteurs du développement, ce sont toujours les très pauvres qui sont oubliés. En matière de pauvreté des enfants : qui sont les 21 000 enfants qui meurent chaque jour de maladies évitables ? Ce sont les enfants des très pauvres. Qui sont les 67 millions d'enfants qui ne vont pas à l'école primaire ? Ce sont les enfants des très pauvres. Même si certaines IMF peuvent croire qu'il n'est pas possible d'atteindre cette population, d'autres IMF quelque part dans le monde l'ont probablement déjà fait avec succès. Je dirais donc que tous les pauvres sont des clients potentiels, en particulier ceux qui sont généralement oubliés, c'est-à-dire les très pauvres.

Comment voyez-vous l'avenir de la microfinance ?

Ces dernières années ont constitué une période difficile pour le secteur, accablante diraient certains. La microfinance a failli partir complètement à la dérive. La réponse que donnait le Professeur Yunus il y a 20 ans à ceux qui lui demandaient quelle était sa stratégie en lançant la Grameen Bank était devenue étrangement prémonitrice : « *Je n'avais pas de stratégie. J'ai simplement continué de faire ce qui venait ensuite. Mais, avec le recul, ma stratégie a été de faire le contraire de tout ce que les banques faisaient. Quand les banques prêtaient aux riches, j'ai prêté aux pauvres. Quand les banques prêtaient aux hommes, j'ai prêté aux femmes. Quand les banques faisaient de gros prêts, j'en ai fait de petits. Quand les banques demandaient des garanties, j'ai fait des prêts sans garanties. Quand les banques demandaient beaucoup de paperasserie, mes prêts ont été accessibles aux illettrés. Quand vous aviez besoin de vous déplacer à la banque, ma banque est venue dans les villages. Oui, cela a été ma stratégie. Quel que soit ce que faisaient les banques, j'ai fait le contraire.* »

Je crois que la microfinance peut sortir de cette crise. Des initiatives telles que la Smart Campaign pour

la protection des clients, la Social Performance Task Force (Groupe de travail sur la performance sociale), le Seal of Excellence for Poverty Outreach and Transformation in Microfinance (Label d'excellence), ou encore l'Appel de Paris pour une microfinance responsable auraient été largement ignorées il y a 5 ans. Désormais, elles apparaissent essentielles à un nombre croissant d'acteurs pour aller de l'avant.

Je vois surtout un avenir pour la microfinance qui place les clients au centre de ses préoccupations et qui continue de se poser et de chercher à répondre à la question suivante : « De quoi les clients ont-ils aujourd'hui besoin pour sortir de la pauvreté ? ». Cependant, c'est aux dirigeants actuels du secteur de veiller à ce que les clients soient replacés au centre des préoccupations et que la microfinance retrouve son intégrité et, avec elle, son âme. Beaucoup sont arrivés à la microfinance pour changer les choses, non pour faire des affaires. On mesure le changement que l'on a apporté aux améliorations de la vie des clients et de leurs familles, et non aux profits réalisés. L'avenir de la microfinance est réellement entre nos mains.

PROPOS RECUEILLIS PAR MICHAEL KNAUTE
DIRECTEUR EXECUTIF
CONVERGENCES 2015

Selon vous, quelles sont les causes des dérives de la microfinance ? Pouvez-vous nous en dire plus sur votre engagement en microfinance et sur l'impact de RESULTS et de la Campagne du Sommet du Microcrédit lancée par Le Fonds Éducatif de RESULTS ?

Pour un acteur de plaidoyer, je suis entré dans le champ de la microfinance assez tôt. C'était en 1985 et je venais d'arriver à Washington en tant que fondateur de RESULTS, un groupe de pression ayant pour objectif de faire émerger la volonté politique d'éradiquer la pauvreté dans le monde. Peu après mon arrivée, nous avons reçu une vidéo au

Signez l'Appel de Paris pour une microfinance responsable

Contre la commercialisation excessive de la microfinance et ses dérives

3 raisons de soutenir l'Appel de Paris :

- > **Revenir à la mission sociale de la microfinance** dédiée aux pauvres.
- > Attirer l'attention des organisations internationales, des médias et d'autres acteurs clés sur la promotion de la **microfinance comme un outil de lutte contre la pauvreté et l'exclusion financière**.
- > **Rejoindre une initiative globale** impliquant toutes les parties prenantes de la microfinance, des régulateurs, des investisseurs aux opérateurs.

Ils l'ont déjà signé !

> Des personnalités emblématiques

Michel Rocard / Natalie Portman / La Grande Duchesse du Luxembourg
Jean-Michel Severino / Abdou Diouf / Chuck Waterfield ...

> Des centaines d'organisations

ADIE / CARE / Crédit Coopératif / Crédit Municipal de Paris / e-MFP
Grameen Crédit Agricole Foundation / Macif / OXUS Group / SIDI ...

> Des milliers d'experts, régulateurs, investisseurs, opérateurs et bénéficiaires

Il ne manque plus que vous !
Signez la campagne en ligne: www.appeldeparis.org

UNE PUBLICATION DE



EN PARTENARIAT AVEC



REMERCIEMENTS

Remerciements aux membres du Comité de Pilotage du Baromètre de la Microfinance et aux rédacteurs : Bob Annibale, Arvind Ashta, Bernd Balkenhol, Florent Bédécarrats, Sarah Bel, Vincent Belec, Marie-Anna Bénard, Pauline Bensoussan, Louis Bidou, Sandrine Bonamy, Gérard Brasquet, Thomas Brebion, Vitalie Bumacov, Sandra Bythell, Priscilla Carpenter, Carol Caruso, Marjolaine Chaintreau, Laurent Chéreau, Anne-Laure Chevron, Craig Churchill, Eugénie Constancias, Sam Daley-Harris, Florence De Maupéou, Béatrice De Montleau, Priscilla De Moustier, Marie-Anne De Villepin, Anthony Degouve, Agathe Delouvrier, Christian Fara, Estelle Gautier, Isabelle Guérin, Camille Guézennec, Philippe Guichandut, Yoann Guirimand, Jonas Guyot, Yasmine Hamraoui, Snezana Jovic, Gwladys Ketchemen, Perrine Lantoin-Rejas, Alexia Latortue, Thomas Lauruol, Grégoire Lechat, Marten Leijon, Antoine Leroy, Meritxell Martinez, Vanessa Mendez, David Munnich, Marc Ollagnon, Claire Ozanne, Elodie Parent, Thierry Racaud, Franck Renaudin, Anne Rodier, Julien Sciau, Philippe Serres, Jean-Michel Severino, Marc-Henri Stroh, Cédric Turini, Marylène Viala-Claude, Malubah Wakunguma, Yaël Zlotowski.

Pour plus d'informations : contact@convergences2015.org ou www.convergences2015.org

Citation suggérée pour ce document : Baromètre de la Microfinance 2012 / Convergences 2015. Remerciements particuliers à : Faustine Delasalle, Jérôme Gonnot, Judith Jakubowicz, Charline Legrand, Alexia Tronel et Marie Vialard de Convergences 2015, Michaël Knaute et Clémence Rousselet du Groupe OXUS, Frédéric Roussel, Adrien Tomarchio et Paul Duke d'ACTED. Mise en page : Convergences 2015. Impression : RAS.

Copyright Convergences 2015 mai 2012 – Convergences 2015, 33 rue Godot de Mauroy, 75009 Paris – France ; www.convergences2015.org ; +33 (0)1 42 65 78 84.

Lancée en 2008, Convergences 2015 est la première plateforme de réflexion en Europe destinée à établir de nouvelles convergences entre acteurs publics, privés et solidaires pour promouvoir les Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) et lutter contre la pauvreté et la précarité dans les pays du Nord et du Sud.

Véritable réseau fédérateur, Convergences 2015 rassemble aujourd'hui plus de 200 partenaires autour des enjeux des partenariats intersectoriels, de la coopération internationale, de la microfinance, de l'entrepreneuriat social et du développement durable.

WWW.CONVERGENCES2015.ORG

AVEC L'APPUI TECHNIQUE DE