

BAROMÈTRE 2015 DE LA MICROFINANCE



CONVERGENCES
Vers un monde équitable et durable

Editorial

Jean-Luc Perron

Vice-président de Convergences
Délégué général de la Fondation
Grameen Crédit Agricole



Entre 2010, année de la première édition de notre Baromètre et 2014, plus de 700 millions de personnes sont devenus titulaires d'un compte bancaire dans une institution financière ou utilisateurs d'un compte d'argent mobile, faisant baisser le nombre de personnes adultes non-bancarisées à 2 milliards aujourd'hui. C'est ce que montre la nouvelle étude Global Findex de la Banque mondiale, publiée en avril 2015.

Même si le défi reste immense, les progrès des 5 dernières années ont donc été substantiels et la microfinance y a joué un rôle important, notamment auprès des populations les plus pauvres, auprès des femmes, dans les zones rurales et dans les pays les moins avancés.

Le Global Findex montre également que la finance numérique et la mise en œuvre de nouveaux canaux de distribution utilisant la téléphonie mobile et internet jouent un rôle croissant pour répondre au défi de l'accès aux services financiers pour tous.

Le Baromètre de la microfinance 2015 vous propose donc un aperçu de cette (r)évolution en cours. *Mobile banking, mobile money*, réseaux d'agents de distribution, utilisation du numérique pour l'accès à différents services essentiels, nous sommes à l'aube d'une nouvelle ère dans notre manière de gérer, dépenser ou transférer notre argent. Et il semble que les pays du Sud et de nombreux acteurs de la microfinance soient parmi les acteurs les plus innovants sur ces nouvelles approches.

Cette « digitalisation » de la microfinance offre donc des perspectives formidables mais n'est bien sûr pas une fin en soi.

Les Nations Unies s'apprêtent à approuver en septembre 2015 les nouveaux Objectifs du développement durable (ODD). L'accès universel à des services financiers responsables et équitables figurera dans ces objectifs, en tant que condition d'éradication de l'extrême pauvreté d'ici 2030.

Dans ce monde de la microfinance en évolution, Convergences renouvelle donc son appel à tous les acteurs, qu'ils soient des banques, des institutions de microfinance, des opérateurs technologiques, investisseurs ou encore des régulateurs, à garder au cœur les valeurs de performance sociale, de responsabilité et de lutte contre la pauvreté, qui guident tous les jours nos actions.

EN PARTENARIAT AVEC



CAISSE D'ÉPARGNE
FEDERATION NATIONALE



The MasterCard
Foundation



EUROPEAN
MICROFINANCE
PLATFORM
NETWORKING WITH THE SOUTH



OIKO
CREDIT
Investir dans l'Homme



Crédit : The Mobile Marketing Magazine

Introduction

INCLUSION FINANCIÈRE 3.0 : QUELS ENJEUX POUR LA FINANCE NUMÉRIQUE ?

La nouvelle étude Global Findex de la Banque mondiale vient de dévoiler les progrès significatifs de l'inclusion financière dans le monde avec 700 millions d'adultes nouvellement bancarisés depuis 5 ans. La microfinance y joue un rôle important et les données du MIX Market confirment la croissance continue du secteur, avec une hausse annuelle de presque 10% du nombre d'emprunteurs en 2014 (voir pages 2 et 3).

Les progrès de l'inclusion financière s'expliquent aussi grâce à l'essor de la finance numérique. C'est le dossier spécial de cette édition 2015 du Baromètre de la microfinance.

La finance numérique a un impact fort sur les institutions financières

elles-mêmes. L'arrivée de nouveaux acteurs (opérateurs téléphoniques), la création de nouveaux modèles de distribution (réseaux d'agents externes, banques sans agences, etc), l'émergence de nouvelles opportunités en terme d'accès à la clientèle, la gestion de leur *back-office*, sont autant de défis que la microfinance a relevés en innovant et en s'adaptant (voir p. 5 à 7).

Cette « microfinance 3.0. » ouvre aussi un nouveau champ des possibles dans les pays du Sud. Elle y offre de nouvelles perspectives pour les clients : facilité pour gérer l'épargne, pour recevoir des paiements et salaires et pour payer ses factures. L'adoption initiale, déjà atteinte dans certains pays, doit encore être concrétisée par une

utilisation plus régulière, confiante et maîtrisée par les clients, mais il est incontestable qu'une révolution est en marche (voir p. 8, 9 et 12).

En France et en Europe, dans un contexte de crise économique, la microfinance poursuit son développement mais, à plus petite échelle. La finance numérique y ouvre également de nouvelles perspectives, que ce soit en termes d'accès à une nouvelle clientèle que d'aide et services proposés aux bénéficiaires (voir p. 10 et 11).

Comme chaque année, le Baromètre traite le sujet de la gestion de la performance sociale et montre comment la microfinance progresse dans cette voie. Les Normes Universelles, lancées en 2012, sont aujourd'hui largement reconnues par

la profession, même si leur mise en œuvre effective et complète est encore un défi pour de nombreuses institutions (voir p. 4).

A travers cette 6^{ème} édition du Baromètre se dessine donc le visage d'une microfinance toujours plus innovante et qui s'engage avec ambition sur la voie de la révolution numérique.

NATHALIE TOUZÉ,
DIRECTRICE EXÉCUTIVE,
CONVERGENCES

MICHAËL KNAUTE,
DIRECTEUR GÉNÉRAL,
OXUS
COORDINATEUR DU GROUPE DE TRAVAIL
MICROFINANCE,
CONVERGENCES

Sommaire

Pages 2-3
Chiffres clefs de
l'inclusion financière

Page 4
Performance sociale

Pages 5-9
Dossier spécial
Quels enjeux pour la
finance numérique ?

Page 10
La microfinance
en France

Page 11
La microfinance
en Europe

Page 12
L'interview

Exclusif !

Pages 2-3 //
Chiffres MIX Market

Page 4 //
Enquête SPTF 2014

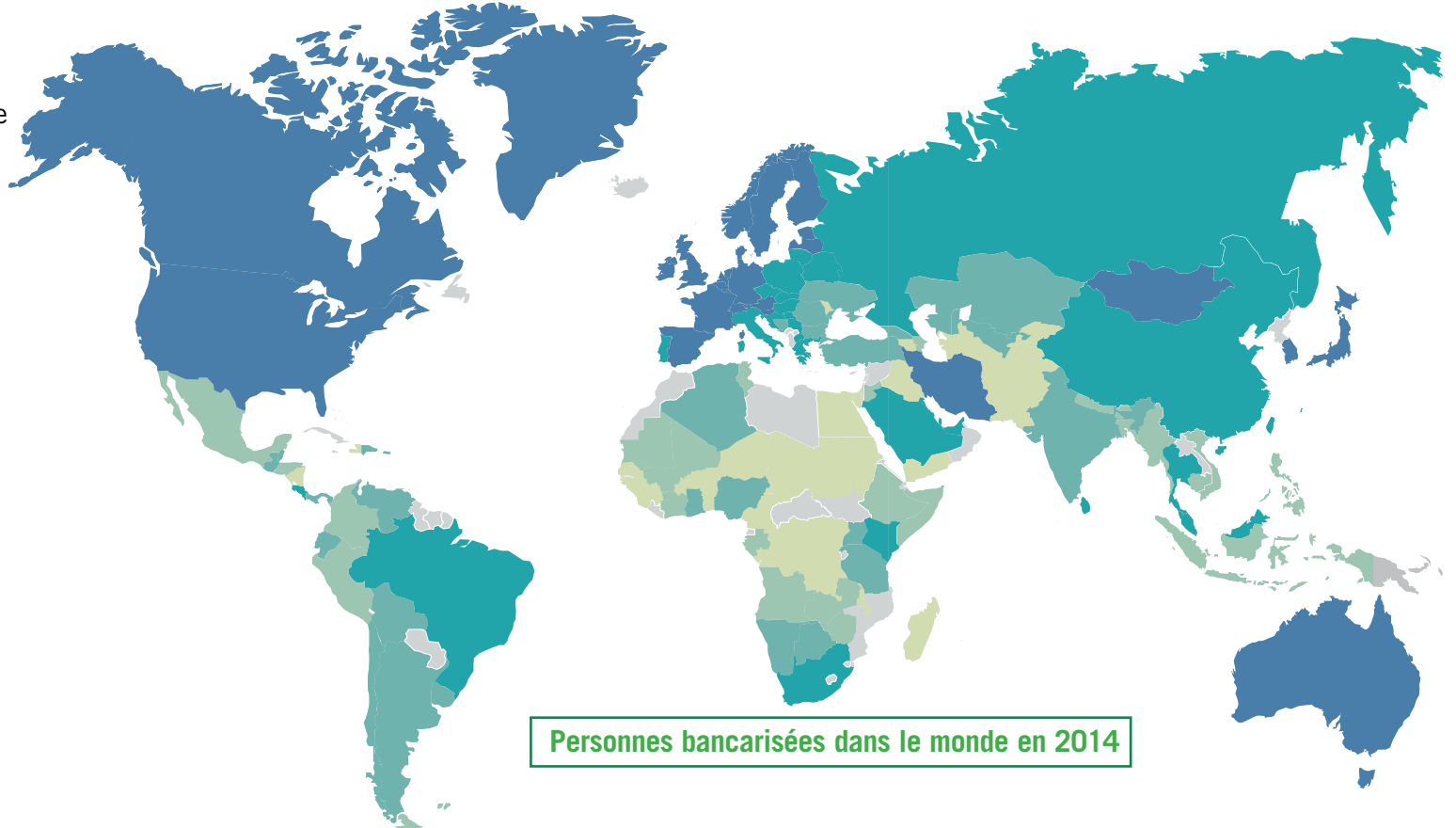
Page 10 //
Microcrédit en France : bilan 2014

CHIFFRES CLEFS DE L'INCLUSION FINANCIÈRE

Entre 2011 et 2014, **700 millions de personnes** ont ouvert un compte auprès d'une institution financière ou un compte mobile

Taux de bancarisation

Personnes âgées de plus de 15 ans disposant d'un compte (%), 2014



Personnes bancarisées dans le monde en 2014

Source : Global Findex Database
IBRD 41559 | Avril 2015

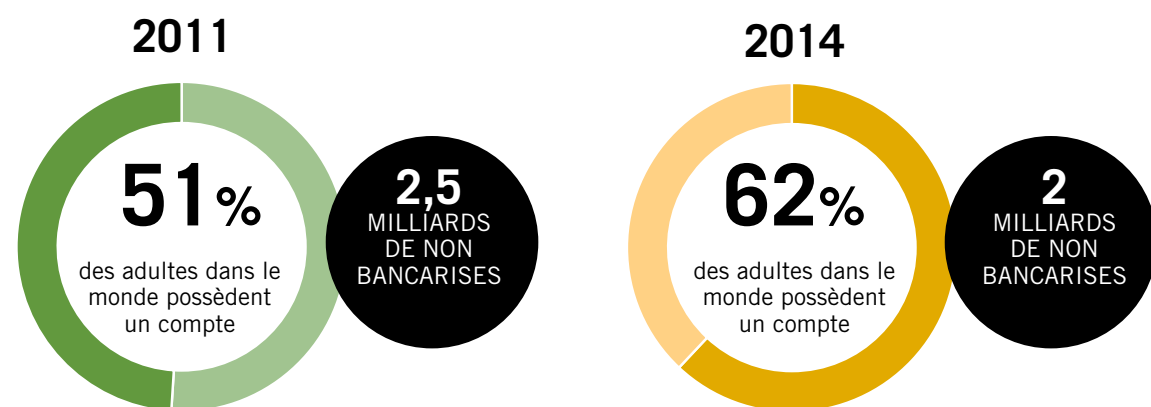
Le Global Findex, l'enquête de la Banque mondiale sur l'inclusion financière, vient de sortir son nouveau rapport en avril 2015. Les progrès réalisés entre 2011 et 2014 sont

impressionnants puisque 700 millions de personnes ont ouvert un compte auprès d'une institution financière (banque, coopérative ou institution de microfinance) ou d'un prestataire de services bancaires par téléphonie

mobile. Le pourcentage d'adultes ayant un compte en banque est donc passé de 51 % à 62 %, expliqué en partie par une augmentation de 13 points du taux de détention de comptes bancaires dans les pays en développement et par

le rôle de la technologie. Le nombre de personnes « non bancarisées » a reculé de 20 % à 2 milliards d'adultes.

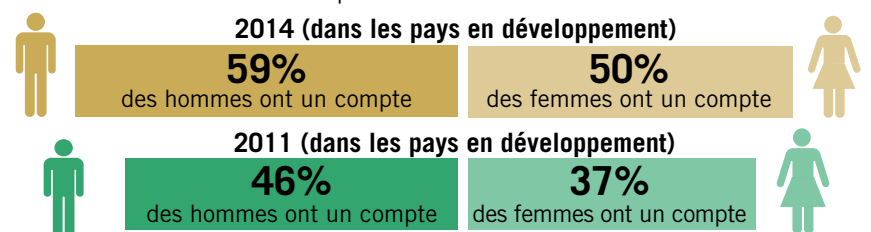
Mais 2 milliards d'adultes restent non bancarisés et des inégalités importantes persistent



Source : Global Findex Database

Malgré ces progrès, les plus pauvres restent bien sûr moins bancarisés que le reste de la population. 54 % des 40 % d'adultes pauvres sont non-bancarisés contre 40 % des 60 % d'adultes les plus riches. La différence entre sexe dans les pays en développement, même si elle se réduit, est toujours en défaveur des femmes qui sont

bancarisées à 50 % contre 59 % pour les hommes. Il existe également une différence importante entre pays, où la plupart des pays les moins avancés, en Afrique subsaharienne, au Moyen-Orient et en Asie du Sud ont pour la plupart des taux de bancarisation en dessous de 20 %, contre presque 100 % dans les économies de l'OCDE.



En Afrique subsaharienne, la finance numérique contribue fortement au développement de l'inclusion financière

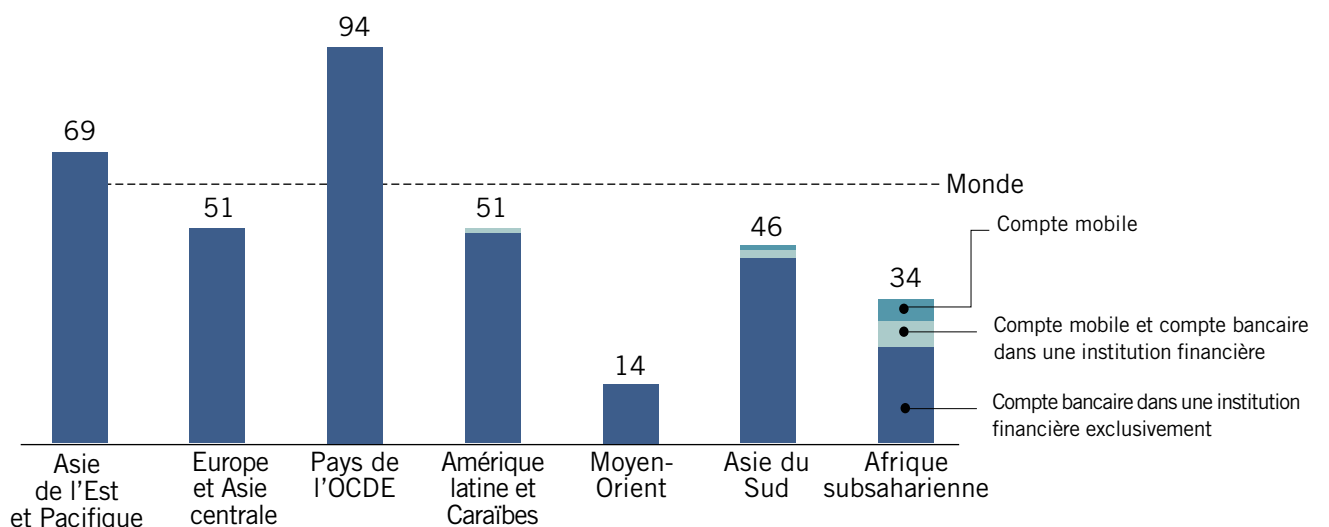
L'enquête Global Findex dévoile de manière beaucoup plus fine le développement, notamment en Afrique subsaharienne de la finance numérique. Dans le monde, 2 % des adultes seulement ont un compte d'argent mobile, ce pourcentage montant à 12 % en Afrique subsaharienne, ce qui représente 64 millions d'utilisateurs (30 millions en Asie du Sud et 6 millions en Asie de l'Est et Pacifique). 45 % des détenteurs de compte mobile

ne disposent que d'un compte mobile. Néanmoins, le taux d'utilisation régulière reste encore assez bas puisque seuls 42 % des clients inscrits utilisent leur compte bancaire mobile tous les 90 jours).

CONVERGENCES

Taux de bancarisation et répartition entre compte bancaire et compte mobile

Adultes avec un compte (%), 2014



Source : Global Findex Database

Méthodologie

Les indicateurs de la base de données Global Findex 2014 sont obtenus à partir de données collectées auprès de plus de 150 000 personnes dans 143 pays – représentant plus de 97 % de la population mondiale.

Le sondage a été réalisé tout au long de l'année 2014 par Gallup Inc. dans le cadre du Gallup World Poll qui sonde depuis 2005 un millier de personnes par an dans plus de 160 pays en uti-

lisant des échantillons représentatifs de la population adulte âgée de 15 ans et plus sélectionnés de manière aléatoire.

Les enquêtes sont réalisées de visu dans les pays où la couverture téléphonique représente moins de 80 % de la population. Dans la plupart des pays, l'enquête de terrain est réalisée entre deux et quatre semaines.

La pondération des données est utilisée pour assurer un échantillon représentatif à l'échelle nationale pour chaque pays. Les pondérations finales comprennent l'échantillonnage de base, qui corrige la probabilité de sélection inégale basée sur la taille du ménage et la post-stratification, qui corrige les erreurs d'échantillonnage et de non-réponse. La post-stratification prend en compte les statistiques

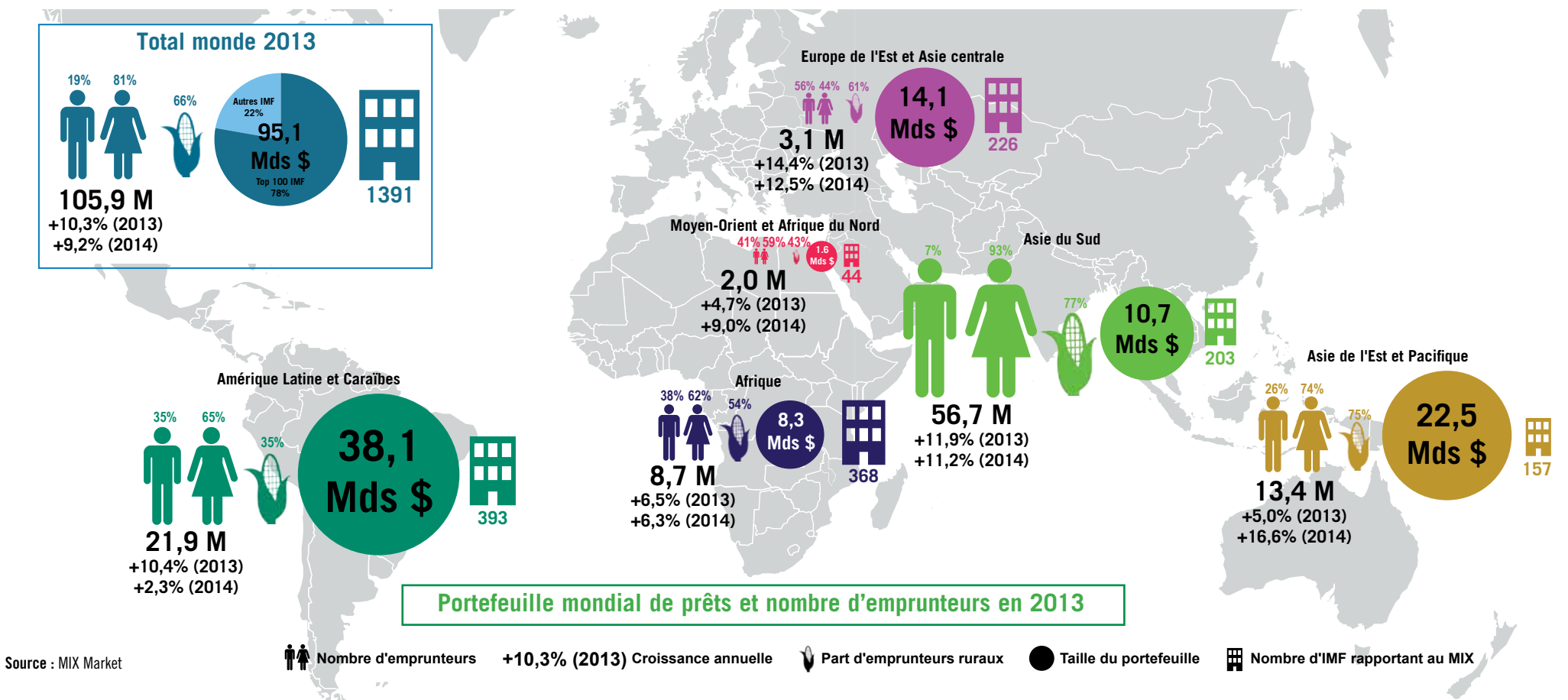
démographiques nationales en termes de sexe et d'âge, et quand des données fiables sont disponibles prend en compte les statistiques en termes d'éducation ou de statut socio-économique.

Des renseignements supplémentaires sur le Global Findex, y compris la base de données complète, peuvent être trouvés sur le site : <http://www.worldbank.org/globalfindex>

Des renseignements supplémentaires sur la méthodologie utilisée dans le Gallup World Poll peuvent être trouvés sur le site : www.gallup.com/178667/gallup-world-poll-work.aspx

CHIFFRES CLEFS DE L'INCLUSION FINANCIÈRE

La microfinance continue sa croissance à deux chiffres en 2013 et en 2014



Les 1391 institutions communiquant leurs données à la plateforme MIX ont atteint fin 2013 105,9 millions de clients à faibles revenus et un portefeuille de crédit de 95,1 milliards USD, une croissance de 12,9 % en encours et 10,3 % en nombre d'emprunteurs par rapport à 2012.

Les 100 institutions les plus importantes par nombre

d'emprunteurs, dominent le marché avec 78 % du total d'emprunteurs.

En 2013, les institutions financières non bancaire (IFNB) servaient 43 % des emprunteurs au niveau mondial, contre 27 % pour les ONG et 26 % pour les banques.

Le prêt moyen par client auprès d'une banque était de 1576 USD contre 334 USD pour une ONG et 766 USD pour les IFNB.

L'Europe de l'Est et l'Asie centrale ont eu la croissance régionale la plus élevée en 2013 (+27,0 % d'encours). L'Asie du Sud a continué à rebondir fortement en 2013 (+18,0 % d'encours) et l'Afrique s'est également fortement développé (+19,5 %).

L'Asie du Sud compte davantage d'emprunteurs que le reste du monde, bien que cette région ne détienne que 1/10^{ème} de l'encours.

Au niveau mondial, 81 % des emprunteurs sont des femmes en 2013. Au niveau mondial, 66 % des emprunteurs sont en milieu rural.

Estimation 2014

Basé sur une estimation pour 2014, les banques et les IFNB ont augmenté leurs parts de marché respectives au détriment des ONG, avec une croissance deux fois plus rapide.

Basée sur cette même estimation pour 2014, l'Asie de l'Est et le Pacifique ont eu les croissances les plus élevées à la fois en termes de nombre d'emprunteurs et de niveau de portefeuille crédits.

Le profil de financement des institutions reste stable sur les trois dernières années, avec plus de la moitié du total des financements disponibles provenant des dépôts.

L'Afrique subsaharienne était la région la plus financée par les dépôts de ses clients (68 %) en 2013.

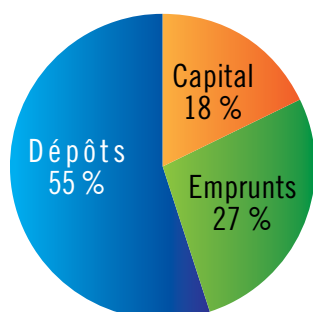
Au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, où la plupart des IFNB ne peuvent pas accepter de dépôts, les emprunts et le capital sont à peu près équivalents.

Les IMF d'Asie du Sud ont reçu 48 % de leur financement sous forme d'emprunt. La plupart proviennent d'IFNB indiennes pour lesquelles il est interdit de collecter de l'épargne, et qui financent une partie de leur portefeuille par des crédits de banques commerciales, en ligne avec les exigences réglementaires pour l'inclusion financière.

Plus de la moitié des financements

des ONG sont sous forme d'emprunts (55 %). Les banques reçoivent la majorité de leurs financements des dépôts (67 %).

Sources de financement des IMF en 2013



Les performances financières et risques des institutions varient en fonction du statut légal et des régions

En 2013, le rendement sur capitaux propres des institutions reportant au MIX au niveau mondial était de 8,3 %. L'Afrique et l'Amérique latine avaient des niveaux en dessous avec respectivement 4,2 % et 7,5 %. Le MENA avait le niveau le plus élevé avec 12,6 %. La médiane du portefeuille à risque supérieur à 30 jours était de 3,6 %. Deux régions avaient des niveaux inférieurs à 1 % : l'Asie de l'Est et le Pacifique, ainsi que l'Asie du Sud.

En fonction du statut légal, les institutions avec les meilleures valeurs de performance, avaient également les niveaux de mesures de qualité du portefeuille les plus faibles. Les banques rurales avaient le plus faible ratio de dépenses opérationnelles (9,0 %) et le rendement sur capitaux propres le plus élevé (13,3 %), mais le plus haut niveau de portefeuille à

risque supérieur à 30 jours avec 5,6 %.

Le ratio de dépenses opérationnelles, un moyen de mesure du coût des services, était de 13,4 % en 2013 au niveau mondial, soit une légère hausse par rapport à 2012 (13,0 %). Il était le plus élevé de toutes les régions en Afrique subsaharienne avec 16,7 %, et le plus bas en Asie du Sud avec 9,4 %.

Ratios de performance médians des IMF en 2013

Rendement sur portefeuille	27,4 %
Ratio de dépenses opérationnelles	13,4 %
Portefeuille à risque à 30 jours	3,6 %
Rendement sur fonds propres	8,3 %

Les institutions augmentent leur offre de produits de dépôts pour les clients de microfinance, mais d'autres produits doivent encore prendre de l'ampleur.

Les institutions augmentent leur offre de produits de dépôts pour les clients de microfinance, mais d'autres produits doivent encore prendre de l'ampleur.

Les produits de dépôts prévalent de plus en plus au niveau mondial avec 76 % des institutions qui acceptent

une forme de produit de dépôt. Les autres produits (tels que définis par MIX) n'ont pas encore reçu la même attention.

Les services liés à l'éducation sont les produits les plus largement disponibles après les produits de dépôts : 30 % des institutions

reportent offrir une forme de soutien à leurs clients emprunteurs.

Les ONG ont aussi les pourcentages les plus élevés d'institutions offrant des services à travers trois des produits suivis par le MIX : Education, Santé et Autonomisation des femmes.

Les banques ont le pourcentage le plus élevé d'institutions offrant des produits d'assurance et des dépôts.

MIX ET CITI INCLUSIVE FINANCE
A PARTIR DE DONNEES FOURNIES PAR MIX

Offre produit hors crédit des IMF en 2013

Proposant des services de dépôts	76 %
Proposant des services d'assurance volontaire	17 %
Proposant des services non financiers	40 %

Méthodologie

Les calculs sont basés sur les données communiquées par les institutions de microfinance (disponibles sur www.mixmarket.org). MIX collecte des données pour les principaux acteurs de chaque marché afin d'assurer une visibilité de chaque marché, mais ne dispose pas de données pour chaque acteur dans chaque pays.

Les chiffres concernant le nombre d'emprunteurs et le portefeuille de

crédits pour 2013 sont basés sur des données fournies par 904 institutions relatives à leurs activités 2013, ainsi que des extrapolations de chiffres communiqués par un nombre supplémentaire de 487 institutions, sur la base de données 2012.

Les mesures de croissance et les chiffres liés au portefeuille de crédits de 2011 à 2013 sont basés sur un panel de données établi de 940 ins-

tutions qui ont communiqué des données pour ces deux champs chaque année de 2011 à 2013.

Les estimations de croissance pour 2014, au niveau mondial et régional, sont basées sur toutes les institutions qui ont communiqué des données à MIX du 31 décembre 2013 au 30 septembre 2014 ou au 31 décembre 2014. La croissance a été calculée par les institutions en fonction de leur part

de marché fin 2013. Les institutions pour lesquelles ce calcul a été possible s'élèvent à 345 et représentent 69 % du marché de 2013, en fonction du nombre de clients.

Les données sur le type de financement ont été fournies par les institutions. Des valeurs ont été estimées afin de combler des écarts existants dans les données, seulement lorsqu'il y avait suffisamment d'informations

communiquées. Par exemple, les capitaux, lorsque l'information n'était pas communiquée, étaient calculés à partir des valeurs communiquées de l'actif et du passif. Le nombre d'institutions incluses dans l'analyse du financement est de 862 et représentent 84 % du marché des emprunteurs en 2013.

Résumé de l'enquête 2014 sur l'application des Normes Universelles

Les Normes Universelles de Gestion de la Performance Sociale (Normes Universelles) constituent un ensemble exhaustif de bonnes pratiques développées par et pour les praticiens de la microfinance comme une ressource visant à aider les institutions financières à atteindre leurs objectifs sociaux. En octobre 2014, la Social Performance Task Force (SPTF), en partenariat avec le MIX Market et l'Appel mondial pour une microfinance responsable, a effectué une enquête en ligne de deux semaines portant sur l'application des Normes Universelles dans le but de mesurer leur degré de connaissance et les progrès réalisés dans leur mise en place dans le secteur de la microfinance, deux ans après leur création.

Des invitations à participer au sondage ont été envoyées à plus de 9000 membres de la communauté de la microfinance. Parmi les 1010 réponses reçues, 71 % étaient des organismes de microfinance (y compris des ONG, des banques et des institutions financières non bancaires).

Les résultats témoignent du vif intérêt des sondés envers les Normes Universelles ; en effet, 89 % des IMF, 91 % des réseaux et associations ainsi que 91 % des investisseurs ont affirmé les connaître.

L'enquête révèle également que 82 % des sondés connaissent le guide d'application des Normes Universelles¹ (publié en français et en espagnol un mois avant l'enquête), et que 38 % connaissent le nouvel outil d'audit social CERISE SPI4. En outre, 68 %

des participants répondent avoir une bonne ou assez bonne compréhension des différentes initiatives pour une finance responsable ainsi que de leur complémentarité. La campagne SMART et le MIX arrivent en tête des initiatives les plus citées, tandis que CERISE SPI4 et les Principes TrueliftPro-Poor se situent parmi les outils les moins connus – ce qui s'explique par leur lancement récent.

La plupart des institutions (92 %) considère que les Normes Universelles contribuent à leur bon fonctionnement et 20 % ont décidé de renforcer leur gestion de la performance sociale après avoir pris connaissance de celles-ci. La plupart ont commencé par s'assurer de l'engagement des parties prenantes en faveur des objectifs sociaux (Dimension 2) pendant que l'équilibre des rendements sociaux et financiers demeure le principal défi (Dimension 6). Cette dimension, ainsi que la conception de produits, services, modèles de prestations et canaux de distribution centrés sur les besoins des clients (Dimension 3), figure parmi les principales priorités des IMF.

Il convient de noter que, indépendamment de leur niveau de connaissances, les institutions de microfinance déclarent avoir une application plutôt satisfaisante des pratiques de gestion de la performance sociale concernant le traitement responsable des clients et des employés (Dimensions 4 et 5).

Les réseaux et associations sont également convaincus de l'importance de la gestion de la performance sociale (68 %) et la majorité déclare connaître

les Normes Universelles (78 %) et pense qu'il est essentiel que les institutions financières de leur région s'engagent à les mettre en place.

De plus, les sites internet – SPTF en tête mais aussi ceux de CGAP, Smart Campaign, MIX, MFTransparency, etc. – représentent l'une des principales ressources utilisées avec SPI4, les outils/assistance technique fournis par les réseaux et associations ainsi que les formations en ligne effectuées par le SPTF pour les institutions de microfinance. Les réseaux et associations ont tendance à favoriser les formations en personne sur la gestion de la performance sociale ou à se référer à des études de cas portant sur des institutions financières locales qui appliquent les normes.

Enfin, l'enquête montre que 95 % des investisseurs sondés croient en l'importance d'investir dans la GPS, un tiers déclare offrir des conditions préférentielles aux institutions ayant un fort engagement envers la GPS, tandis qu'un quart souhaite rapidement mettre en place des mesures incitatives.

En dépit des partis pris inhérents à ce type de sondage, les résultats montrent une tendance positive quant à la mise en place des Normes Universelles par les institutions, les réseaux et les investisseurs, ainsi qu'au recentrage de leurs stratégies et opérations autour des objectifs sociaux.

MICHAËL KNAUTE,
DIRECTEUR GÉNÉRAL,
OXUS



Source : Les Normes Universelles de Gestion de la Performance Sociale : Un Guide de Mise en Œuvre, SPTF, Leah Wardle

Pour aller plus loin

Site de la Social Performance Task Force (SPTF) pour les Normes Universelles de Gestion de la Performance Sociale : sptf.info/spmstandards/universal-standards

Site de la SMART Campaign pour les Principes de Protection des Clients : www.smartcampaign.org

Site du MIX Market pour les reporting sociaux des institutions de microfinance : www.mixmarket.org

Site de CERISE pour l'outil d'évaluation de la performance sociale SPI4 : www.cerise-spi4.org

Site de l'Appel mondial pour une microfinance responsable, lancé par Convergences : www.theglobalappeal.org



Crédit : Tom Bamber

Cliente de Fusion, IMF partenaire accompagnée par Oikocredit en Inde pour la collecte et l'analyse des données clients.

Notre responsabilité envers la performance sociale : Evaluer et suivre l'évolution de nos clients



La seconde enquête annuelle de la Social Performance Task Force (SPTF), qui portait sur les Normes Universelles de Gestion de la Performance Sociale (ou USSPM en anglais), a mis en évidence le constat suivant : ces Normes « peuvent aider les institutions financières à être aussi rigoureuses en matière de performance sociale qu'elles le sont en matière de retour sur investissements¹ ». Les résultats de cette enquête récente semblent indiquer que la forte sensibilisation du secteur de la microfinance aux USSPM ne s'est toutefois pas traduite par une plus grande rigueur lorsqu'il s'agit d'appliquer le point 1 de ces Normes, à savoir « Définir et suivre les objectifs sociaux », et notamment le point 1.B : « L'institution collecte, publie, et vérifie l'exactitude des données sur les clients en lien spécifique avec ses objectifs sociaux² ».

Oikocredit est d'avis que les investisseurs sociaux et les institutions de microfinance (IMF) doivent s'efforcer d'être aussi responsables et transparents sur leurs objectifs pour leurs clients que sur leurs objectifs financiers. Les questions clés à se poser sont simples : « Que se passe-t-il dans la vie quotidienne des clients de la microfinance ? » ; « La microfinance apporte-t-elle une amélioration durable dans leur vie ? ». Actuellement, les outils dont dispose le secteur de la microfinance sont bien meilleurs pour mesurer, vérifier et publier les résultats financiers qu'ils ne le sont pour les résultats sociaux. Bien que l'adage « connais ton client » soit largement repris par les institutions de microfinance, peu d'entre elles collectent et publient leurs résultats sociaux et les bénéfices réels pour leurs clients.

Oikocredit estime que les IMF devraient suivre l'évolution de leurs clients et publier ces résultats, que cela

devrait être une exigence de la part des investisseurs, et qu'il conviendrait plus généralement d'accorder davantage d'attention à ce point. Il en va de la capacité du secteur à s'inscrire dans une vraie démarche durable, tant sur le plan financier que social. C'est pourquoi Oikocredit a désormais choisi de fournir des services de renforcement des capacités dans les domaines de suivi des clients ainsi que de gestion et d'analyse de données longitudinales des clients (séries chronologiques et données de panel). L'objectif est de mieux évaluer les changements et les évolutions dans la vie des clients dans le temps.

Depuis 2014, nous avons travaillé avec quatre IMF partenaires en Inde et avec un partenaire différent dans chacun des trois pays suivants : Philippines, Cambodge et Tadjikistan. Ce travail comprenait des visites de terrain, des ateliers, des formations et une assistance en ligne. Notre aide a porté essentiellement sur les points suivants : définition des indicateurs de suivi, amélioration de la collecte, de l'analyse et de la publication

des données client, adaptation des systèmes d'information et suivi des répercussions des données client sur les opérations quotidiennes, sur la gestion des risques et sur les décisions de développement de produit et de définition de la mission sociale. Parmi les indices utilisés, on retrouve les revenus issus de l'activité des clients et les métriques PPI (*Progress out of Poverty Index*). Nous envisageons de soumettre les données client reçues de nos partenaires à une analyse économétrique afin de mieux savoir si les clients de la microfinance voient effectivement leur vie s'améliorer au fil du temps.

¹ Social Performance Task Force, 2014 Universal Standards Implementation Survey : Summary Report, Octobre 2014, page 1 (document en anglais)

² Social Performance Task Force, Normes Universelles de Gestion de la Performance Sociale, <http://www.sptf.info/spmstandards/universal-standards>, norme 1.B (document disponible en français)

GING LEDESMA,
DIRECTRICE DE LA PERFORMANCE SOCIALE ET DE
L'ANALYSE FINANCIÈRE,
OIKOCREDIT INTERNATIONAL



Crédit : Tom Bamber

Le défi de la finance numérique : Passer de l'adoption initiale à l'utilisation régulière

Le potentiel de la finance numérique pour faire avancer l'inclusion financière est incontestable : les canaux numériques permettent aux pauvres d'épargner, d'emprunter et de faire des transferts d'argent avec une relative facilité. Toute personne qui, auparavant, ne pouvait pas ouvrir de compte bancaire peut désormais consulter ses données financières et gérer ses transactions pendant que des agents autorisés facilitent l'accès aux services bancaires en se rapprochant des lieux où ces personnes vivent et travaillent.

Pour quelles raisons l'utilisation de la finance numérique reste-t-elle si limitée, alors même qu'elle recèle de nombreux avantages et suscite le plus grand intérêt ? Par ailleurs, quels obstacles doivent être surmontés afin de permettre au plus grand nombre de personnes démunies de bénéficier des multiples avantages de la finance numérique ?

L'Afrique subsaharienne, avec ses nombreux utilisateurs de services financiers numériques (SFN), illustre parfaitement ce paradoxe. Quelque 64 millions de personnes (12 % des adultes) y utilisent activement leur compte mobile. Environ la moitié de ces adultes ne possède pas d'autre compte formel¹. L'utilisation des SFN demeure cependant très irrégulière (seuls 42 % des clients inscrits utilisent leur compte bancaire mobile tous les 90 jours²) et les clients ont tendance à retirer leur argent immédiatement. Les SFN sont souvent utilisés à des fins limitées (principalement les virements entre personnes). Même au Kenya, pourtant chef de file dans le domaine des SFN, plus de 90 % des transactions financières se font en argent liquide³.

Nous savons que les personnes pauvres mènent une vie financière active, mais essentiellement en *cash*. Les réseaux d'agents de SFN ont été conçus pour convertir les espèces en

argent numérique puis de nouveau en espèces, transférant de manière efficace de l'argent d'un point A à un point B. Cela implique que la personne qui retire l'argent au point B utilise encore des pièces de monnaie et des billets de banque pour subvenir à ses besoins éducationnels, alimentaires, médicaux, sociaux et autres.

Ainsi, le défi décisif est de garder l'argent au stade numérique ; et afin d'y parvenir, il est nécessaire en premier lieu d'assurer la confiance dans les SFN. Le secteur pourra alors accroître l'utilisation de l'argent mobile par les personnes.

Examinons les aspects pouvant dissuader les personnes non bancarisées d'adopter les services numériques :

► Les clients peuvent se méfier ou ne pas maîtriser l'utilisation du téléphone portable pour envoyer de l'argent. Il se peut qu'ils aient à demander à un agent d'effectuer la transaction à leur place, dévoilant leur code PIN au passage. Les cas de fraude sont courants. Les clients réfléchissent à deux fois avant de laisser leur argent au stade numérique, voire avant de déposer de l'argent sur un compte mobile.

► Des pannes du système peuvent empêcher les clients d'utiliser leur argent quand ils le souhaitent. Cela sape la confiance dans le service et soulève la question de savoir si le client pourra disposer vraiment de son argent à tout moment et particulièrement en cas de besoin impérieux.

► La première impression est déterminante. Des clients rapportent être frustrés par le processus d'ouverture de compte en raison de la perte de documents et des difficultés avec les papiers d'identité. Les clients oublient souvent leurs codes PIN et ont du mal à les réinitialiser.

On constate l'émergence croissante



Crédit : Jennifer Huxta for The MasterCard Foundation

d'actions de la part des fournisseurs visant à renforcer la confiance : gestion active des réseaux d'agents afin de garantir des liquidités et un service client adéquat, simplification du processus d'inscription, formations pour les clients en vue de promouvoir l'éducation financière, renforcement des capacités institutionnelles pour gérer plusieurs canaux, conception de produits axés sur le client.

Des organisations innovantes, comme Juntos Finanzas (Etats-Unis), ont démontré qu'il est possible d'accroître l'utilisation des SFN grâce à l'envoi de SMS de rappels personnalisés et en privilégiant le dialogue pour renforcer la confiance. Le CGAP, avec le soutien de notre fondation, étudie de près le comportement des clients : les

résultats de ces recherches peuvent guider les pratiques en la matière.

Au-delà du renforcement de la confiance, il y a d'autres moyens de rendre l'utilisation de l'argent électronique plus attirante ; par exemple, en transférant plus d'argent sur les comptes mobiles : versement des salaires, allocations gouvernementales, etc. ou en facilitant le paiement des dépenses quotidiennes ou courantes en argent mobile. Si nous voulons l'avènement d'un système numérique plus vaste et approfondi, les banques et les opérateurs de réseaux mobiles doivent adopter les innovations technologiques et des cadres favorisant l'intégration et la collaboration.

Surtout, pour concrétiser les promesses de la finance numérique, les fournisseurs de services financiers doivent être guidés en permanence par la compréhension des aspirations, des contextes et des besoins financiers fondamentaux de leurs clients.

¹ Global Findex 2014

² http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2015/03/SOTIR_2014.pdf

³ http://www.mckinsey.com/insights/financial_services/sub_saharan_africa_a_major_potential_revenue_opportunity_for_digital_payments

MARK WENSLEY,
RESPONSABLE DE PROGRAMME INCLUSION
FINANCIÈRE,
THE MASTERCARD FOUNDATION

Ecosystème des nouveaux canaux de distribution alternatifs

En 2015, Software Group, la SFI et The MasterCard Foundation ont collaboré afin de rédiger un manuel de référence pour assister les institutions de microfinance dans la mise en œuvre de canaux

de distributions alternatifs utilisant la technologie (*alternative delivery channels*). Un grand nombre de termes souvent nouveaux et abstraits (*e-banking*, *branchless banking*, *mobile banking*, ...) peuvent induire une certaine confusion. Le graphique

et le tableau ci-dessous visent à présenter et clarifier l'écosystème des différents canaux de distribution innovants et technologiques qui se développent actuellement.

	Nom du canal de distribution	Type	Comment interagit le client ?	Exemples de fonctionnalités
	Distributeur automatique	Libre-service	Distributeur automatique	Retraits, paiements, consultation de solde, dépôts
	Banque en ligne	Libre-service	Ordinateur, téléphone, tablette, kiosque	Demandes, transferts, paiements
	Réseau d'agents agréé	Echange direct de gré-à-gré	Agent tiers, commerçant, téléphone, point de service, portable	Dépôts, retraits d'espèces, paiements
	Autres services directs (personnel de terrain, mini-agence, agence mobile)	Echange direct de gré-à-gré	Personnel de banque : agent de crédit, collecteur de tontine, autre personnel bancaire, point de vente, portable	Ouverture de comptes, dépôts et retraits d'espèces, demandes de prêts, autres demandes
	Mobile banking	Echange direct de gré-à-gré	Téléphone	Demandes, transferts, paiements
	Portefeuille électronique (« m-wallets »), cartes prépayées, cartes de magasins	Libre-service et échange direct de gré-à-gré	Téléphone, ordinateur, kiosque, distributeur automatique, agent, cartes	Dépôts et retraits d'espèces, paiements, transferts
	Centre d'appel	Echange direct de gré-à-gré	Téléphone, service client	Demandes, transferts, paiements



Source : Alternative Delivery Channels and Technology Handbook, Software Group, The MasterCard Foundation, IFC, avril 2015

Faire face à une nouvelle réalité : Le monde a changé !

L'avez-vous remarqué ? La nature des défis technologiques auxquels sont confrontés les institutions de microfinance (IMF) et les banques a changé du tout au tout. Il y a encore cinq à dix ans, les institutions financières observaient les technologies disponibles sur le marché et essayaient de les adapter à leurs problèmes opérationnels en vue de gagner en compétitivité. A présent, ces mêmes institutions ont l'embarras du choix, et elles choisissent les technologies qui épousent au mieux leurs besoins plutôt que d'adapter leurs processus aux technologies existantes. Les innovations technologiques apportent désormais de nombreuses solutions pour la plupart des défis opérationnels du secteur, dont notamment l'accessibilité, l'efficacité, l'automatisation, la sécurité, et les opérations *cashless*, sans papier, et hors connexion. Avec cette évolution, ce qui compte aujourd'hui, ce sont les choix effectués et comment la technologie peut contribuer à valider la stratégie de l'organisation et réaliser ses objectifs.

L'impact des nouvelles technologies est visible dans tous les aspects des opérations des banques et des IMF : allant des décisions de suivre une stratégie sans papier ni espèces en exploitant les développements du secteur de la téléphonie mobile (porte-monnaie mobile, taux de pénétration et nouvelles fonctionnalités des téléphones

portables) ; au franchissement des obstacles d'infrastructure en exécutant les systèmes d'information sur le *cloud* ou en possédant des unités non connectées avec des dispositifs de sécurité adéquats, des fonctions disponibles (caméra, GPS, *Bluetooth*, connexion GPRS/3G/4G) et une capacité d'authentification ; en passant par la conception de produits entièrement automatisés fondés sur des fonctions intégrées de *scoring* et de transmission de données en temps réel.

Nous voyons apparaître de plus en plus de *start-ups* avec des modèles automatisés totalement opérationnels, où les clients, les agents et le personnel doté d'équipements technologiques participent ensemble à divers processus, contribuant à parts égales à la collecte des données, au *monitoring* et à la mise en œuvre des contrôles. Davantage d'opérations s'effectuent sur le *cloud*, et ce, non seulement dans le *front-office* et les canaux de distribution, mais également – et de plus en plus – dans les systèmes de gestion *back-office* tels que le SIG, la conformité et même la comptabilité. Cela soulève de nouvelles questions telles que : comment gérer les opérations, les audits, les contrôles, les ressources ainsi que l'évolution que connaît le secteur.

Il ne faut pas perdre de vue que toutes ces solutions informatiques sont en réalité des projets opérationnels.

Elles répondent aux besoins des entreprises et doivent être guidées par les opérationnels (et non les informaticiens) afin de s'assurer que les systèmes servent l'organisation et non l'inverse.

Les nouvelles technologies constituent la clé pour atteindre les objectifs en matière d'inclusion financière et un des principaux facteurs de réussite de la révolution de la finance numérique. Les défis liés à l'accessibilité, à l'authentification des usagers, à la collecte et à l'analyse des données, à l'efficacité des opérations sont tous surmontables grâce à la technologie. La principale difficulté consiste à présent à choisir la solution la plus appropriée afin d'assurer le succès de sa mise en œuvre, un suivi et une maintenance adéquats et une intégration harmonieuse dans l'écosystème informatique général de l'organisation. Dans de nombreux cas, le bon point de départ n'est pas de développer la stratégie IT la mieux adaptée à la stratégie commerciale de l'entreprise, mais plutôt de développer une stratégie commerciale qui intègre complètement la technologie comme pilier essentiel de son modèle d'entreprise.

KALIN RADEV,
DIRECTEUR GÉNÉRAL,
SOFTWARE GROUP

Le rôle des réseaux d'agents dans l'inclusion financière Étude de cas microcred

En douze mois, microcred a mis en place un réseau de 300 agents au Sénégal et à Madagascar. Les agents sont des commerçants fournissant, pour le compte d'une institution de microfinance (IMF), des services financiers de type dépôt, retrait, transfert d'argent ou paiement de facture. L'objectif de ce réseau est d'atteindre un plus grand nombre de clients, souvent dans des zones reculées, à un coût réduit par rapport à l'établissement de nouvelles agences. Cet article présente les principales leçons tirées du projet mené par microcred.

Afin de placer les clients au cœur du projet, nous avons travaillé avec des designers selon l'approche *Human Centered Design*¹, structurée en 3 phases : *Learn*, *Test*, *Scale* (apprendre, tester, déployer).

La première phase (*Learn*) a consisté en 3 mois de recherche et des dizaines d'entretiens avec les clients, des prospects et des agents potentiels. Elle a permis de valider certaines hypothèses sur les besoins des clients et des agents et les solutions technologiques permettant d'y répondre. Une des principales conclusions était que le mode de transaction devait être simple et sécurisé. Nous avons ainsi opté pour une authentification biométrique.

La seconde phase (*Test*) a été menée par les designers et les équipes technologie de microcred, selon la méthodologie Agile². Plutôt que d'acheter un logiciel, nous avons cherché des partenaires avec qui construire notre écosystème transactionnel, ensuite géré par une équipe interne. Contrairement à un logiciel classique figé, cette approche nous permet de sortir de nouvelles fonctions du logiciel chaque semaine, ce qui est utile pour tester de nouvelles idées en continu, en toute transparence pour l'utilisateur.

Un point clé de la phase de déploiement (*Scale*) est de mettre en place de nouvelles équipes dédiées au projet. La gestion d'un réseau d'agents est une nouvelle ligne de métier pour une IMF, et les processus sont radicalement différents des opérations de microfinance. Nous avons ainsi recruté et formé des animateurs du réseau d'agents, dont le rôle est de coordonner et gérer les agents. Le recrutement des agents a été une étape importante du projet, et nous avons privilégié des commerçants avec une bonne réputation, et des activités les



Crédit : microcred - 2015

amenant déjà à gérer de fortes liquidités.

Le changement majeur constaté avec la mise en place de ce réseau est le fait que les utilisateurs finaux comme les agents sont exposés directement à nos services, sans l'intermédiaire d'un salarié microcred en cas de problème. Il est donc essentiel que les services (et la technologie qui les soutiennent) soient fiables et disponibles 24 heures sur 24, sans défaut technique, afin d'assurer la satisfaction du client et favoriser l'adoption du service. Dans la phase de déploiement, il est critique d'avoir une solution technique évolutive afin de pouvoir étendre opérationnellement le réseau sans avoir à se soucier de limites techniques.

¹ L'approche HCD est une méthode permettant d'accompagner les entreprises dans l'innovation. Plus d'information sur <http://www.ideo.com>

² Agile est une approche de gestion de projet impliquant au maximum le demandeur et permettant une réactivité immédiate à ses demandes

YOANN GUIRIMAND,
DIRECTEUR DES SYSTÈMES D'INFORMATION,
MICROCRED

GUY RATSIMBAZAFY,
DIRECTEUR DES CANAUX DE DISTRIBUTION
ALTERNATIFS,
MICROCRED

Développer la finance numérique au Cambodge

Le secteur financier cambodgien a été remis sur pied au cours des années 1990, après l'effondrement du régime de Pol Pot. Il comprend aujourd'hui l'un des secteurs de la microfinance les plus performants au monde, avec un taux de rendement élevé, une croissance dynamique, un haut degré de transparence et une approche favorable aux pauvres¹, servant plus de 2 millions de clients à la fin de 2014 selon la Cambodia Microfinance Association. Néanmoins, ce n'est que très récemment que le secteur a commencé à s'intéresser à la finance numérique.

Malgré la rapide progression des ventes de téléphones portables au Cambodge, ce pays de 14 millions d'habitants ne compte qu'environ 3 millions d'utilisateurs. Ce constat implique de concevoir des modèles commerciaux novateurs afin d'atteindre de nouveaux clients,

comme par exemple la mise au point de produits pouvant être utilisés en toute sécurité par l'ensemble des habitants d'un village via le partage d'un téléphone portable commun.

WING (Cambodia) LTD², actuellement principal agrégateur de paiements au Cambodge, a compris le besoin d'établir un vaste réseau d'agents, en particulier dans les zones rurales, et de s'associer avec des institutions de microfinance (IMF) pour gérer leurs opérations de dépôts et retraits d'argent. Il a ainsi, par exemple, signé un accord avec Chamroeun Microfinance Limited³.

Du point de vue de Chamroeun, ce partenariat aide ses « *partners* » (clients) à rembourser leurs prêts avec des coûts de transaction réduits, en temps réel et en plusieurs devises partout où des agents de WING sont implantés (plus de 2500 agents commissionnés au niveau national). L'IMF espère que cela contribuera à

réduire ses coûts opérationnels sur le long terme. Cependant, plusieurs obstacles restent encore à surmonter.

Au Cambodge, les transactions économiques se font aussi bien en riels qu'en dollars américains (voire même en bahts thaïlandais dans certaines régions du pays), et la plupart des IMF utilisent les deux devises. WING propose cette option et constitue le seul fournisseur de banque mobile au monde opérant dans deux monnaies différentes. En outre, WING a du traduire l'ensemble de sa documentation en khmer pour ses clients ayant une maîtrise insuffisante de l'anglais, comme c'est souvent le cas avec les clients de Chamroeun.

Pour Chamroeun, le principal défi a été de gérer les erreurs de code guichet/identifiant du client, et d'utiliser les comptes d'épargne pour rembourser les emprunts. Malgré l'absence de réglementation



Crédit : Chamroeun

relative aux paiements mobiles dans le pays, la Banque nationale du Cambodge s'est montrée proactive et très réceptive aux demandes des différentes parties prenantes, fournissant les autorisations nécessaires en vue de faciliter l'émergence progressive du secteur de la finance numérique.

Chamroeun et WING ont abordé ces défis en formant les clients de Chamroeun sur les paiements mobiles et les agents de WING sur

les particularités des opérations de Chamroeun. Après une phase pilote dans quatre agences, Chamroeun compte généraliser l'utilisation de WING dans toutes ses agences d'ici la fin 2015, encourageant ses partenaires, comme beaucoup d'autres clients d'IMF, à franchir le pas de la finance numérique.

¹ Rapport Mekong Strategic Partners

² WING a été créé en 2009 par l'ANZ Bank dans le but de développer les paiements mobiles au Cambodge, nouveau marché émergent. Son réseau compte plus de 150 agences dans 16 des 24 provinces du pays - www.wingmoney.com

³ IMF créée par Entrepreneurs du Monde avec pour actionnaire la Fondation Grameen Crédit Agricole, atteignant plus de 47 000 clients

SOPHEA SUON,
DIRECTEUR GÉNÉRAL,
CHAMROEUN MICROFINANCE LIMITED

Le mobile money, un service numérique devenu essentiel en Afrique

Les technologies de l'information et de la communication sont aujourd'hui un levier majeur du développement économique et social, en particulier dans les pays émergents. Chez Orange, nous sommes convaincus que ces technologies doivent être mises au service des populations, pour satisfaire leurs besoins et apporter une réponse aux enjeux de développement socio-économique de ces pays. Pour cela, nous développons des solutions innovantes répondant aux problématiques locales, en même temps que nous contribuons à l'émergence d'écosystèmes numériques, sources de progrès social et de développement économique.

Très présents en zone Afrique et Moyen-Orient, nous avons identifié plusieurs domaines d'application de nos innovations technologiques au bénéfice des populations : la m-agriculture, la m-santé, la m-éducation et enfin les services financiers. En Afrique subsaharienne, moins de 24 % de la population possédait un compte bancaire en 2011¹. Ces faibles chiffres peuvent s'expliquer en grande partie par les prix très élevés des services bancaires, mais aussi par le manque d'infrastructures bancaires (la taille du continent fait que le nombre de distributeurs par kilomètre carré demeure très faible). Or, « l'accès aux services financiers peut être une passerelle pour sortir de la pauvreté » selon Jim Yong Kim, président de la Banque mondiale. En effet, pouvoir épargner, emprunter ou encore payer, représentent des services essentiels et porteurs de développement parce qu'ils permettent aux populations de participer à la croissance de leur pays.

En parallèle, le continent africain connaît un grand succès en termes de pénétration du mobile : à la fin 2014, la GSMA² estimait que 41 % de la population africaine détenait un téléphone mobile (ce qui représente plus de 467 millions d'utilisateurs). C'est pourquoi les solutions de *mobile money* se sont développées : elles permettent, grâce au téléphone mobile, de proposer un accès aux services bancaires à des tarifs attractifs.

Identifiant cette opportunité, Orange a développé le service Orange Money à partir de 2008. Orange Money permet à la fois de faire des dépôts et des retraits d'argent, d'effectuer



des transferts d'argent, de payer des factures d'électricité ou encore d'acheter des crédits téléphoniques depuis son mobile. En 2014, l'application Orange Money a été lancée dans certains pays pour ceux qui possèdent un smartphone. De plus, Orange Money offre la possibilité d'accéder à de nombreux services financiers comme des solutions d'épargne ou de microcrédit (en cours de développement au Mali) et de prêts, par exemple au Sénégal pour les étudiants, en partenariat avec Allianz. Le succès d'Orange Money réside dans la facilité d'accès au service, via un vaste réseau de points de vente très dense, au plus près des populations, rendant ainsi les retraits et dépôts d'argent très simples.

Si l'offre Orange Money était à l'origine destinée aux populations non bancarisées, elle s'étend à présent aux populations bancarisées, permettant des transactions entre compte mobile et compte bancaire. Au Burkina Faso, Orange offre également l'opportunité

de transférer de l'argent depuis et vers plusieurs pays.

Ouvert dans 13 pays d'Afrique et du Moyen-Orient, Orange Money compte aujourd'hui plus de 13 millions de clients, qui ont échangé plus de 4,5 milliards d'euros en 2014 grâce à ce service. Sur les 200 millions d'euros qui circulent chaque année entre le Mali, la Côte d'Ivoire et le Sénégal, 30 millions s'échangent via Orange Money !

Grâce au *mobile money*, c'est désormais plus de 34 % de la population subsaharienne qui a accès aux services bancaires. C'est, en outre, un outil plébiscité pour la sécurité des transactions et de l'épargne.

¹ Rapport Global Findex 2014

² La GSM Association qui représente les intérêts des opérateurs de téléphonie mobile à travers le monde

ALBAN LUHERNE,
DIRECTEUR ORANGE MONEY,
ORANGE AMEA

Mobile banking et inclusion financière

Le modèle Taysir Microfinance en Tunisie

Taysir Microfinance, IMF tunisienne promue par Adie International, a démarré ses opérations en juin 2014. Pour gérer ses opérations de crédit, Taysir a fait le choix stratégique fondamental du *cashless*, soit du 100 % *mobile banking*. Cette expérience est unique en Tunisie et encore très rare dans le monde de la microfinance en général.

Cette option repose sur un partenariat stratégique entre Taysir et la Poste Tunisienne d'une part et un opérateur de téléphonie mobile tunisien d'autre part, Ooredoo. Ces deux opérateurs ont développé un service de paiement mobile nommé « Mobiflouss » à partir duquel un développement spécifique a été réalisé pour la microfinance, non-exclusif à Taysir.

Le décaissement des crédits se fait par virement sur la carte bancaire Edinar de la Poste que le client a préalablement achetée à la poste. Le client, non bancarisé, devient détenteur d'une MasterCard prépayée qui lui permet de gérer ses retraits ou ses achats. C'est un premier pas vers l'inclusion financière dont les clients sont fiers.

Pour le remboursement, le client ayant rechargé sa carte dans le réseau de la Poste *cash in* (1500 agences dont 900 connectées), paye avec son téléphone mobile. Il accède à un menu simple qui lui indique l'échéance à laquelle il doit payer. Il peut bien sûr choisir un autre montant ou régler quand il veut le montant qu'il souhaite. Il reçoit un SMS de confirmation de son remboursement. Les clients n'ont donc pas à se déplacer dans les agences de Taysir et économisent ainsi le temps et les frais de voyage. La proximité géographique et culturelle avec la Poste ne présente pas de difficulté pour les clients. Ce système est extrêmement efficace dans les zones rurales où se trouvent 63 % des 2000 clients de Taysir, après 10 mois d'activité.

Le service « Microfinance Mobile » développé par Ooredoo et Taysir permet également au client de consulter son compte crédit pour savoir le montant et la date de la prochaine échéance, le montant

total restant dû et le nombre d'échéances, 24h/24 et 7j/7. De plus, des SMS de rappel, de relance ou d'information sont régulièrement envoyés directement aux clients.

Une enquête récente montre que 90 % des clients trouvent le principe facile et compréhensible. 80 % d'entre eux sont autonomes pour régler leurs échéances et consulter le menu après la troisième échéance. Le pari de l'inclusion financière et de l'accès aux nouvelles technologies est en partie réussi.

Ce pari du *cashless*, risqué au départ, est aujourd'hui gagnant. L'acceptation par les clients ne pose plus question, l'avantage concurrentiel est évident et l'impact sur l'efficacité de Taysir est significatif. Une étude sectorielle sur la finance numérique en Tunisie laisse entrevoir des perspectives de diversification des services (paiement marchand, e-commerce, micro-assurance, micro-épargne, paiement des salaires et prestation sociales) et d'universalisation (multi-opérateurs téléphoniques et interbancaire) de ce type de transactions financières dans les prochaines années. La perspective d'un nouveau système de finance numérique organisé à l'échelle d'un pays comme la Tunisie est aujourd'hui plausible. Cela demande évidemment des évolutions réglementaires et un changement de perception des circuits financiers et de l'inclusion financière.

Dans un contexte technologique globalement favorable et dans un pays où entre 60 % et 80 % de l'économie (suivant les secteurs) est informelle et majoritairement gérée en argent liquide, ces systèmes permettent de « réintroduire » les flux financiers dans des canaux formels, organisés et sécurisés. Nous touchons à ce niveau des enjeux macroéconomiques pouvant être importants pour le pays.

PIERRE GACHES,
DIRECTEUR GÉNÉRAL,
TAYSIR MICROFINANCE

ZÉRO EXCLUSION CARBONE, PAUVRETÉ

CONVERGENCES Forum Mondial



8^e édition • 7, 8 et 9 sept. 2015 • Paris

www.convergences.org @convergencesORG f Convergences.org

La nouvelle expérience numérique des clients de la microfinance



NETWORKING WITH THE SOUTH

Aujourd'hui, la technologie envahit le quotidien des clients de la microfinance. Les évolutions de ces dernières années, principalement en Afrique de l'Est et dans le sous-continent indien, permettent d'identifier des perspectives améliorant l'expérience client et favorisant l'inclusion financière.

Les comportements et besoins des clients sont de mieux en mieux connus grâce aux données provenant de l'utilisation de leur téléphone portable: nombre d'appels et d'interlocuteurs, achat d'*airtime*, paiements de factures, transferts... Les agents de crédit équipés de tablettes collectent également des données sur le terrain. L'analyse de l'ensemble de ces données est utile pour adapter l'offre grâce à une connaissance approfondie du profil des clients¹.

La numérisation du canal de distribution et du produit transforme l'expérience client. Dans le domaine du crédit, les déboursements et remboursements digitaux via un réseau d'agents permettent proximité, vitesse et flexibilité. De même, le *credit scoring*², facilité par l'accès aux données numériques, donne

l'opportunité aux institutions de suivre la tendance et de proposer des crédits individuels répondant mieux aux besoins des clients³.

Au Kenya, M-Shwari, compte en banque offert par la Commercial Bank of Africa (CBA) à la clientèle M-Pesa⁴, comprend plus de 10 millions de comptes et 4,5 millions de clients actifs. M-Shwari offre des crédits à court terme d'un montant moyen de 15 USD et décaisse environ 50 000 crédits par jour, répondant à un besoin réel d'accès rapide à de l'argent liquide et ce dans des conditions optimales pour les détenteurs de compte : ouverture d'un compte en 30 secondes et éligibilité au crédit déterminée rapidement grâce au *credit scoring* permis par l'accès aux données de M-Pesa⁵.

L'adaptation et l'accès aux services autres que le crédit s'améliorent également : épargne, assurance, transfert d'argent, paiements de services publics, etc. Un compte d'épargne digital offert en Papouasie-Nouvelle-Guinée illustre bien l'impact de la microfinance numérique, en particulier lorsque la géographie et le manque d'infrastructures compliquent l'accès aux services financiers. Lorsque

l'IMF Nationwide Microbank a lancé MiCash en 2012, sa clientèle s'est accrue avec 70 % des comptes ouverts par de nouveaux clients. En 2014, 90 % des comptes étaient actifs grâce à une formation continue et ciblée des clients⁶.

Les partenariats entre la microfinance numérique et de nouvelles offres de services publics (eau, énergie, éducation) ont favorisé le développement de modèles particulièrement innovants de financements et de prestations de service. Par exemple, M-Kopa au Kenya, un système de micro-*leasing*, permet l'acquisition de panneaux solaires après le versement d'un premier acompte suivi de paiements journaliers modestes sur la durée d'une année⁷.

À l'avenir, les clients profiteront aussi de la vulgarisation des smartphones et de l'authentification biométrique offrant une interface plus intuitive, point clé lorsque l'analphabétisme est courant. Les smartphones permettront également une interaction renforcée entre les institutions et les clients, par exemple en encourageant l'épargne : graphiques visualisant les objectifs d'épargne, rappels périodiques,

interface pour transférer un montant prédéterminé⁸...

Il reste évidemment des défis à relever afin que l'innovation demeure au service des clients, notamment liés au fait que la gestion de la relation client est en partie transférée aux réseaux d'agents. Il faut par conséquent s'assurer de leur formation, de leurs qualités de gestion (liquidité, rentabilité ...) et de leur sensibilité aux principes de protection du client, afin que ce dernier soit toujours le bénéficiaire final de ces avancées technologiques.

¹ Nirant Gupta, "How Analytics Drive Innovative Financial Services for the Poor", septembre 2014 : <http://www.cgap.org/blog/how-analytics-drive-innovative-financial-services-poor>

² Le *credit scoring* désigne un ensemble d'outils financiers d'aide à la décision utilisés pour évaluer automatiquement la solvabilité d'un « tiers » ainsi que le risque de non-remboursement

³ Marcia Parada, Greta Bull, "Bringing financial services to 5.3 million people in Sub-Saharan Africa", The MasterCard Foundation et IFC, The Partnership for Financial Inclusion : www.ifc.org/financialinclusionafrica

⁴ M-Pesa est un service de paiement digital lancé en 2007 au Kenya par Vodafone pour Safaricom. M-PESA a connu un énorme succès et est devenu « la référence » dans le secteur. Fin 2014, M-Pesa avait plus de 12 millions de clients actifs et 81 000 agents

⁵ Tamara Cook, Claudia McKay, "Top 10 Things to Know About M-Shwari", avril 2015 : <http://www.cgap.org/blog/top-10-things-know-about-m-shwari>

⁶ Claire Sharwatt, Arunjay Katakam, Jennifer Frydrych,

L'impact des innovations en matière de produits et services pour les clients des institutions de microfinance : Le cas de Buusaa Gonofaa

Buusaa Gonofaa (BG) est l'une des principales institutions de microfinance (IMF) en Éthiopie et membre du réseau PAMIGA. Grâce à une meilleure compréhension des besoins des clients, BG est parvenue à augmenter l'accès au financement des populations pauvres en Éthiopie. L'IMF offre des produits et des services financiers conçus pour répondre aux besoins des populations pauvres vivant en milieu rural grâce à un important réseau d'agences implantées sur le terrain et à des prêts émis directement dans les locaux commerciaux des clients.

En tant qu'IMF orientée vers le milieu rural, la collecte à distance des informations, des dépôts et des remboursements constituait l'un des défis opérationnels majeurs de l'institution. Les principaux sujets d'inquiétude concernaient les coûts de ces collectes et le type de produits proposés aux clients. En janvier 2012, afin de réduire ces coûts et de diversifier ces produits, BG a décidé d'investir dans des terminaux point de vente (TPV) pour enregistrer les opérations et imprimer des reçus des transactions (au lieu des reçus manuscrits), donnant lieu à une plus grande efficacité et à des produits mieux conçus. En novembre 2014, on dénombrait 80 TPV installés dans 10 agences. Des améliorations significatives de l'efficacité ont été constatées, telles que la réduction des délais de transaction, la suppression d'erreurs sur les montants, les numéros de compte et les noms des clients, ainsi que la réduction des risques de fraude.

Grâce à cette innovation, BG a pris conscience du besoin d'offrir des produits axés sur le client, ce qui l'a amenée à lancer des produits d'épargne volontaire. Les TPV ont offert à BG l'opportunité de collecter des dépôts d'épargne modestes directement au domicile des clients. L'utilisation de cette innovation a permis à l'institution de doubler son portefeuille de dépôts ; celui-ci est passé de 3,2 millions d'euros fin 2012 à plus de 6 millions d'euros fin 2013. L'objectif de BG était de fournir des produits et des services

souples afin d'améliorer durablement les conditions de vie des personnes défavorisées. Pour cela, BG a dû surmonter de nombreux obstacles ; à titre d'exemple, le lancement simultané du projet des TPV et la mise en œuvre d'un nouveau système d'information a mis le personnel à rude épreuve. Les deux projets n'ont pas été mis en place de manière progressive, facteur pourtant essentiel à la réussite de projets informatiques. En outre, BG a du faire face à la réticence de l'équipe et des clients. En effet, d'une part le personnel persistait à collecter les données comme il l'avait toujours fait, et d'autre part certains clients ont paniqué à l'idée que les TPV puissent être utilisés pour percevoir les impôts. BG a donc pris le temps d'organiser des séances de formation pour son personnel et ses clients afin de lever toutes les craintes et les doutes liés aux TPV.

Le cas de BG nous permet de tirer des leçons importantes sur les innovations technologiques. Même si l'objectif principal était de mieux desservir les populations rurales en services financiers, ce projet montre qu'une innovation réussie peut également avoir des effets très positifs pour l'IMF. Pour BG, cela s'est traduit par une optimisation des ressources existantes afin d'élargir et améliorer sa gamme de produits de manière rentable. L'organisation de séances de formation portant sur cette nouvelle technologie a permis aux clients de renforcer leur confiance dans l'institution et par conséquent le montant de leurs dépôts d'épargne. L'exemple de BG illustre l'atout indéniable que constituent les innovations technologiques dans les efforts déployés par les IMF en vue d'accroître l'accès à la finance et prouve que ces dernières peuvent être gérées de manière efficace en adoptant une approche centrée sur le client.

JACINTA MAIYO,
DIRECTEUR CONSEIL EN TECHNOLOGIES DE
L'INFORMATION,
PAMIGA



Trouver la bonne formule pour assurer les 450 millions de petits exploitants agricoles et structurer leur financement reste à ce jour un défi extrêmement complexe. Alors que le secteur des assurances-vie est en plein essor, celui des micro-assurances agricoles progresse lentement. Nombreux sont les petits exploitants agricoles qui ne disposent pas de ressources financières suffisantes pour mener à bien leur activité, et la plupart d'entre eux sont extrêmement vulnérables vis-à-vis des risques liés au changement climatique¹.

Nous connaissons tous le cas d'agriculteurs non assurés ayant perdu l'ensemble de leurs récoltes suite à une sécheresse ou une inondation, forcés de vendre leurs actifs et de s'endetter pour assurer leur subsistance, devenant de fait des clients non solvables pour les institutions de microfinance (IMF). Cependant, des avancées technologiques dans le secteur des satellites et des stations météorologiques pourraient bientôt changer la donne.

Traditionnellement, les assurances agricoles se basent sur la capacité à évaluer l'état des récoltes ou du bétail *in situ* en cas de sinistre. Les coûts opérationnels et liés aux évaluations sur le terrain sont couverts par le prix de la prime, mais dans le cas des petits exploitants, le montant de celle-ci est trop faible pour rentabiliser l'activité de l'assureur. A cela s'ajoute la complexité à atteindre et à gérer des clients vivant dans des régions reculées, ce qui explique les

Micro-assurance agricole et technologie satellitaire

difficultés que traverse le secteur des assurances traditionnelles². Toutefois, l'utilisation des satellites pourrait bien révolutionner le secteur. En effet, les satellites et les stations météorologiques peuvent permettre d'éviter l'évaluation sur site des pertes subies par les agriculteurs et les éleveurs. Les assurances indicelles se basent sur la détermination des paiements des indemnités aux agriculteurs à travers la valeur d'un indice corrélé. Les indices mesurent des variables climatiques ayant un impact sur le rendement des récoltes telles que les précipitations, la température, l'évapotranspiration des plantes et même l'humidité des sols. Ces indices fixent ainsi un seuil à partir duquel le versement des indemnités est déclenché.

Les satellites contrôleront l'indice, faisant des opérateurs satellitaires les parties prenantes d'une chaîne complexe d'acteurs qui permettent aux agriculteurs d'accéder aux assurances. L'utilisation des satellites offre également aux assureurs des séries de données météorologiques couvrant plusieurs années et très utiles pour l'établissement des tarifs, notamment dans des pays où les infrastructures météorologiques sont peu développées et où la rareté de données constitue la norme.

Cependant, malgré la précision de cette technologie, des risques majoritairement liés au facteur humain subsistent. La mauvaise conception des indices est responsable du risque principal, à savoir une faible corrélation entre l'indice et le rendement agricole. Ceci peut se traduire par une absence

d'indemnisation de l'agriculteur malgré des dommages subis après un événement climatique extrême, ou au contraire par le versement d'une indemnité alors que ses rendements sont normaux. Afin de limiter ce risque, une équipe de recherche française pluridisciplinaire composée de l'assureur Pacifica, de l'opérateur de satellites Airbus Defence and Space, de la Fondation Grameen Crédit Agricole et plusieurs universités françaises a été mise en place. Dans le cadre de cette initiative³, l'analyse des écarts entre les images prises par les satellites et la réalité sur le terrain fait actuellement l'objet d'une thèse doctorale axée sur l'amélioration des indices fondés sur les images satellitaires.

La commercialisation des assurances indicelles constitue un autre défi important. En effet, les mécanismes d'assurance sont déjà difficilement compréhensibles pour de nombreux agriculteurs, sans parler du fait que l'octroi de leurs indemnités dépend de l'analyse d'images prises par des satellites.

Pour certains, il est encore trop tôt pour se prononcer, mais ce qui est certain c'est que les satellites commencent à permettre à de nombreux agriculteurs d'assurer leur production. Mettre en place un secteur des assurances indicelles performant et centré sur le client demandera une collaboration étroite entre les secteurs public et privé, ainsi qu'une participation active des agriculteurs pour expliquer leurs besoins et partager leur expérience du produit.

¹ Pour plus d'informations sur la finance et les petits exploitants agricoles, voir : <http://www.globaldevincubator.org/initiative-incubator/current-initiatives/initiative-for-smallholder-finance>

² Pour un résumé concis du développement de la micro-assurance, voir : http://www.grameen-credit-agricole.org/sites/grameen/files/micro_network-brochure_agriculture-def-low_1.pdf

³ Pour plus d'informations, voir : <https://dynafor.toulouse.inra.fr/web/index.php/fre/Collaborateurs/Doctorants/Roumiguie>

YANN GELISTER,
CHARGÉ DE PROGRAMME MICRO-ASSURANCE
AGRICOLE,
FONDATION GRAMEEN CRÉDIT AGRICOLE



Accéder à l'électricité en milieu rural à travers le financement « Pay As You Go »

Aujourd'hui, l'accès à l'électricité en milieu rural passe principalement par des kits solaires permettant d'alimenter 2-3 points lumineux, la charge de téléphones portables et celle de petits matériels. Malheureusement, leur prix (environ 200 USD) représente une vraie barrière pour de nombreux clients potentiels. De plus, les institutions de microfinance (IMF) sont réticentes à financer ce type d'équipement car elles n'en maîtrisent pas le risque technique et les clients cessent de rembourser si l'appareil est en panne. Ainsi, les entreprises qui développent ces produits ont mis en place un nouveau système de financement appelé « Pay As You Go » (PAYG).

Le PAYG peut s'analyser comme une forme de vente à tempérament, dont les échéances sont libres en termes de fréquence et de montant : l'utilisateur rembourse son système solaire par le biais d'achats de « crédits énergie » qui permettent l'utilisation du système pour un temps donné, l'absence de paiement entraînant l'arrêt du matériel. Une fois l'appareil remboursé, le système se débloque.

De plus en plus, les achats de crédits se font de façon dématérialisée (M-Kopa & M-Pesa au Kenya), les clients pouvant payer par SMS (Lumos & MTN au Nigéria) voire par consommation de crédit de communication sur la facture, ou sur la carte prépayée. Certains



Crédit : Fenix International

équipements embarquent directement une carte SIM qui rend possible la communication avec le système informatique du fournisseur.

Les opérateurs ont développé des bases de données associant les équipements, les clients, leur localisation géographique, l'historique des paiements et, si les appareils sont connectés, des données techniques des équipements. Ces bases de données permettent la gestion des paiements mais aussi la maintenance préventive. Le suivi des paiements est entièrement automatisé. Néanmoins, au-delà d'un certain délai de non-utilisation, un contact direct avec le client devient indispensable.

Le financement d'un équipement énergétique par PAYG reste avant tout une opération de prêt et l'évaluation du risque client, le suivi des paiements et le traitement des défauts sont fondamentaux. Sur ce point aussi les technologies numériques permettent des gains de productivité par des systèmes de *scoring* adaptés, qui peuvent bénéficier des informations issues de la base de données du fournisseur d'équipement (et qui pourraient éventuellement être croisées avec les données de paiement des opérateurs de téléphonie mobile).

Certaines banques au Kenya et en Ouganda ont exprimé le souhait d'étudier l'utilisation des équipements solaires payés comme collatéral à un microcrédit remboursé avec le système

PAYG embarqué.

Certaines sociétés envisagent d'ouvrir les systèmes PAYG aux transferts internationaux pour donner l'opportunité aux membres de la diaspora de financer les crédits énergie des membres de leur famille. Ces projets se font soit en lien avec des banques actives tant en Afrique qu'en Europe, soit avec les sociétés spécialisées dans les transferts.

Les systèmes PAYG proposent une solution aux difficultés liées à la faible capacité d'investissement des populations rurales et à la variabilité de leurs revenus. Ils permettent un financement souple et efficace de l'accès à l'énergie. Comme tout financement, il faudra veiller à la protection du consommateur afin d'éviter les risques de surendettement. De même, l'utilisation des données collectées mériterait d'être encadrée pour en éviter un usage abusif.

CHRISTOPHE POLINE,
DIRECTEUR DES INVESTISSEMENTS SOLIDAIRES,
SCHNEIDER ELECTRIC

« Digital finance plus » : De quoi s'agit-il ?

La finance numérique semble être le nouveau terme à la mode cette année, du moins dans le domaine de l'inclusion financière. Récemment, une nouvelle utilisation de ce terme est apparue : « Digital finance plus (DF+) » ou « finance numérique plus ». Nous ne savons pas précisément à quelle organisation nous devons ce nouveau terme, mais le CGAP a récemment lancé une nouvelle initiative DF+ dans laquelle plusieurs projets sont étudiés et visent à étendre l'accès à toute une gamme de services pour les personnes à faibles revenus via l'utilisation de leur téléphone mobile ou autres systèmes de paiements numériques, essentiellement dans les secteurs de l'eau, l'électricité, l'éducation, la santé ou l'agriculture.

Dans ces types de projets, la finance n'est pas une fin en soi, mais plutôt un moyen afin d'aider à résoudre des défis de taille auxquels sont confrontés les pauvres sur plusieurs marchés. Citons à titre d'exemple :

► **Accès à l'électricité** : grâce à une plateforme technologique, les clients non raccordés au réseau peuvent accéder à l'électricité de manière souple et sans engagement (*pay-as-you-go*). En adoptant les systèmes de paiement mobiles pour le solaire ou d'autres sources modernes d'énergie, les personnes à faible revenu n'ont plus à payer d'importantes sommes d'argent à l'avance ; désormais elles ne payent que lorsqu'elles veulent utiliser ce service.

► **Accès à l'eau** : les clients peuvent utiliser leur portefeuille électronique pour payer l'eau. L'impact sur les clients – qui ne payent que lorsqu'ils ont besoin d'eau – et sur la gestion communautaire de l'eau est très positif ; la gestion est plus transparente et la dépendance vis-à-vis du cash est moindre.

► **Accès à l'éducation** : les clients peuvent prendre un abonnement dans une librairie scolaire virtuelle. Ils payent par petites tranches pour accéder aux contenus qui les intéressent – quelques chapitres de livres – grâce à leur compte mobile et

peuvent les lire directement sur leurs téléphones.

Ces exemples montrent à quel point il peut être difficile pour les clients de payer pour accéder à ces différents services ainsi que le potentiel de la technologie mobile pour franchir cet obstacle ; en effet, auparavant il fallait détenir un compte bancaire pour payer ses factures d'eau ou d'électricité, ou encore payer en espèces et en une seule fois les frais de scolarité des enfants. L'étude de la vie financière des populations pauvres nous apprend qu'elles n'ont que rarement un compte en banque formel et qu'elles ont beaucoup de mal à épargner en prévision des dépenses à venir. Les services d'argent mobile peuvent les

aider à surmonter ces deux défis.

Il est encore trop tôt pour établir des conclusions à partir des quelques projets en cours dans le domaine de la DF+ au niveau mondial. Toutefois, nous pouvons d'ores et déjà en tirer les premiers enseignements :

► Pour certains services, la finance est un goulet d'étranglement important empêchant la croissance. Dans un secteur comme l'énergie, le manque de systèmes de financements individuels représente une vraie impasse dans la chaîne de valeur. Cependant, dans le secteur de la santé, le manque de financements ne se ressent pas uniquement au niveau des usagers, mais également dans la fabrication et le développement

de médicaments, ainsi que dans la prestation de services privés.

► **De trop nombreuses parties prenantes ou des défis de nature non financière peuvent compliquer les choses.** Par exemple, afin que les innovations DF+ puissent rendre universel l'accès aux services de santé, il faut tout d'abord résoudre des questions liées à la qualité des soins, à la disponibilité du personnel médical, ou encore à la sensibilisation face aux maladies. Des questions similaires se posent dans le domaine de l'éducation, et notamment concernant la qualité de l'enseignement. Le secteur de l'eau est quant à lui souvent complexe et hautement décentralisé, avec de nombreux acteurs et différents niveaux

d'autorités gouvernementales en jeu.

► **Un cadre réglementaire et un environnement politique favorable à l'investissement privé peuvent contribuer au développement des services DF+.** Par exemple, le gouvernement doit investir et mettre en place des mesures incitatives dans les infrastructures hors réseau pour attirer les entreprises privées, en interférant le moins possible dans les projets visant à produire moins de 100KW.

HANNAH SIEDEK,
CONSULTANTE EN INCLUSION FINANCIÈRE



Crédit : Asian Development Bank

L'évolution des moyens de paiement et d'épargne en France : De la monnaie métallique à l'argent virtuel



CAISSE D'EPARGNE
FEDERATION NATIONALE

Au-delà de la lettre de change pour les transactions commerciales, la monnaie métallique est longtemps restée le seul moyen de paiement largement utilisé. Echaudée par l'aventure désastreuse des assignats révolutionnaires, la mémoire populaire entretient la crainte du papier. Le passage d'une monnaie métallique à une monnaie fiduciaire constitue, au cours du XIX^e siècle, un lent et irréversible changement des usages et mentalités.

D'une part, l'utilisation du billet de banque convertible en or se popularise, avant d'être démonétisé à partir de 1914, scellant l'essor de la monnaie fiduciaire. D'autre part, la création en 1818 de la Caisse d'Epargne et de son livret A, utilisé autant comme instrument d'épargne que comme compte courant, ouvre la voie à l'apprentissage de la monnaie scripturale. Ouverte à tous, cette innovation majeure, qui doit son succès à la simplicité d'utilisation et à la sécurité qu'elle garantit, est l'outil d'une première démocratisation financière. Elle acculture les ménages à l'écriture en compte. La multiplication

des Caisses d'Epargne sur le territoire a facilité la mise en place auprès du plus grand nombre d'une première relation de type bancaire.

Il faut attendre les années 1960, et l'ère de la bancarisation de masse, pour que le développement des moyens



de paiements connaisse une nouvelle évolution majeure. Resté confidentiel, l'usage du chèque, introduit en France en 1865, connaît alors un essor spectaculaire. De 1966 à 1972, le taux de détention d'un compte-chèques passe de 17 % à 62 %. Le prélèvement et le virement bancaire se généralisent, avec notamment la mensualisation des salaires¹. Les premières cartes de paiement voient le jour en 1967. L'époque est ainsi à la multiplication de nouveaux moyens de paiements, dont les banques sont alors les opérateurs.

Aujourd'hui, l'avènement de l'internet et de la téléphonie mobile ont bouleversé nos modes de vie. Ils provoquent une mise en cause des modèles de paiement auxquels nous étions accoutumés et une accélération de leur évolution. Ils mettent désormais en concurrence les banques avec de nouveaux acteurs non bancaires, issus pour l'essentiel de l'internet. Ils ouvrent la voie à une troisième révolution.

Deux caractéristiques majeures, parfois difficilement compatibles, semblent émerger des exigences actuelles en matière de moyens de paiement. Leur utilisation doit être la

plus intuitive et la plus rapide possible. La généralisation des transactions par voie électronique (entre autres la simplification des virements et remboursements par mail ou via une application), les cartes de paiement sans contact, ainsi que les montres et smartphone équipés (à l'instar de la promotion récente de l'Apple Pay ou du Google Wallet) témoignent de ces mutations.

La sécurité reste néanmoins essentielle, leur usage reposant sur la confiance. C'est aujourd'hui une donnée clef pour le développement des nouvelles transactions électroniques, notamment dans un pays comme la France où 9 personnes sur 10 avouent acheter sur internet. Pour répondre à cette exigence, des innovations voient parallèlement le jour. C'est ainsi qu'en mai 2015 le Groupe BPCE a annoncé le lancement d'une nouvelle carte bancaire à cryptogramme dynamique. Grâce à cette première mondiale, le code de sécurité à trois chiffres imprimé au dos de la carte bancaire est remplacé par un « mini » écran affichant un code, automatiquement modifié périodiquement.

Le secteur des moyens de paiements

n'a pas achevé sa mue et devrait continuer d'évoluer rapidement dans les prochaines années. Il témoigne d'une nouvelle ère : celle de la virtualisation de l'argent. Ses mutations majeures posent un défi aux opérateurs ; ils devront tout à la fois assurer la sécurisation des échanges pour garantir la confiance et inventer des outils d'acculturation et de pédagogie à destination des ménages, sans lesquels la relation à l'argent risque de se gripper. Ce défi, auquel ont répondu les créateurs du livret de 1818, est celui de l'inventivité et de la réactivité. La Caisse d'Epargne le relève à nouveau le 16 juin 2015 en lançant son livret A connecté : elle associe son produit historique à une tirelire électronique abordable via les réseaux sociaux, à laquelle devrait être liée une dimension pédagogique.

¹ En 1969, 10 % des ouvriers sont bancarisés. Beaucoup sont encore payés en espèces. En 1975, ils sont 72% et les salaires sont obligatoirement payés par virement ou chèque.

LAURE DE LLAMBY,
RESPONSABLE D'UNITÉ VALORISATION DU
PATRIMOINE HISTORIQUE DES CAISSES D'EPARGNE,
FÉDÉRATION NATIONALE DES CAISSES D'EPARGNE

Le microcrédit professionnel et personnel, un développement constant

La création du Fonds de cohésion sociale (FCS) en 2005 a, notamment, par le financement de garanties favorisé largement le développement du microcrédit professionnel et personnel en France. La Caisse des Dépôts en assure la gestion, conformément à la convention du 5 avril 2005 signée avec l'Etat.

Le microcrédit personnel garanti

Le microcrédit personnel garanti est un crédit adapté au projet et aux capacités de remboursement de l'emprunteur. Il vise principalement à faciliter l'accessibilité à l'emploi, la mobilité, la formation, le logement ou encore la santé. Plus de 20 partenaires bancaires et financiers ainsi que 500 antennes locales de réseaux accompagnants contribuent activement au déploiement de ce dispositif.

L'emprunteur est accompagné de la constitution du dossier de

demande jusqu'à l'octroi du crédit. Les partenaires accompagnants et bancaires restent présents en cas de difficulté de remboursement.

Afin d'optimiser le dispositif en région, la Caisse des Dépôts a développé, en coopération avec ses partenaires, de nouvelles modalités de distribution des prêts. Pour ce faire, une trentaine de plates-formes de mutualisation sont déployées en France.

Le microcrédit personnel en chiffres fin 2014 :

- 68 854 microcrédits personnels depuis 2006
- 156 millions d'euros : montant nominal distribué depuis 2006
- 2266 euros : montant moyen des prêts

Le microcrédit professionnel

Sur le segment du crédit professionnel solidaire, le Fonds de cohésion sociale intervient en dotation en faveur :

- de fonds d'Etat regroupés au sein du Fonds solidaire de garantie pour l'entrepreneuriat féminin et l'insertion (FOGEFI)
- de l'activité de garantie des fonds territoriaux « loi Galland » gérés par France Active
- du Nouvel accompagnement pour la création et la reprise d'entreprise (Nacre)
- des réseaux d'accompagnement de la création d'entreprise

Le FCS a doté 21,5 millions d'euros en 2014 sur ces champs, dont 9 millions d'euros sur les dispositifs de garantie classiques et 12,4 millions d'euros en garantie de la ressource des prêts Nacre, le solde étant affecté au financement des réseaux accompagnants.

Le microcrédit professionnel en chiffres en 2014 :

- 17 600 dossiers garantis, soit une augmentation de 9% par rapport à 2013
- 58,3 millions d'euros de montant garanti
- 213 millions d'euros de prêts levés

Le FogeFi regroupe trois types de lignes : le FGIF d'une part, qui totalise plus de 1860 opérations en 2014 en faveur de l'entrepreneuriat féminin. Le FGIE, avec 13 795 dossiers, est principalement constitué de garanties sur les microcrédits de l'Adie, sur des prêts bancaires ou ceux de la Société d'Investissement France Active. Enfin le fonds FGAP propose des garanties au profit des entreprises dites adaptées.

Les fonds territoriaux « loi Galland » co-dotés par l'Etat et les collectivités locales, ont accordé aux TPE et aux entreprises solidaires 3589 garanties représentant 57 millions d'euros en 2014.

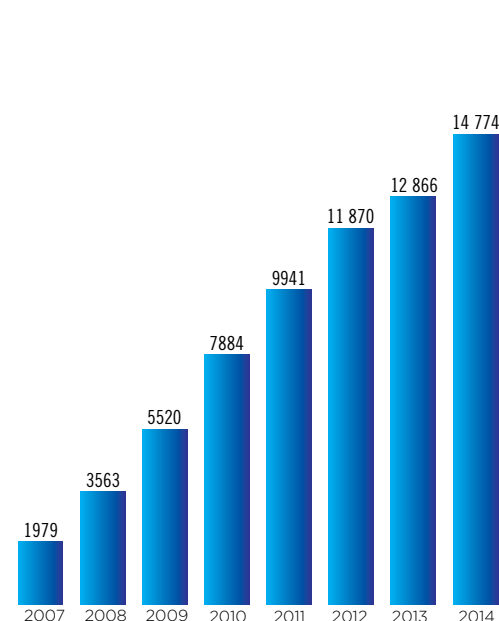
Le FCS garantit enfin les 10 891 prêts à taux zéro Nacre, financés par les fonds d'Epargne, octroyés en 2014 pour un montant total de 53 millions d'euros.

Plus de 50 000 emplois ont pu être créés ou consolidés par l'action du FCS sur le champ du crédit professionnel solidaire en 2014.

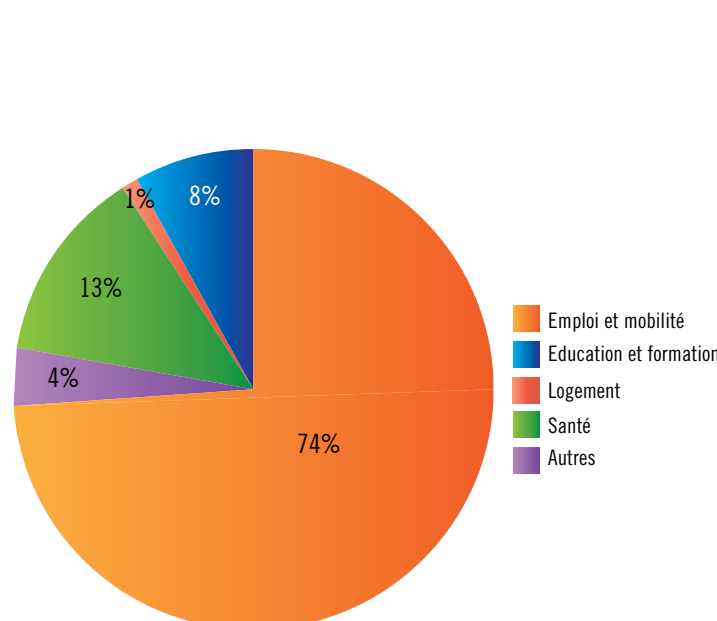
Plus d'information sur :
www.france-microcredit.org

DOMINIQUE FRANÇOIS,
DÉPARTEMENT DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET
ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE,
CAISSE DES DÉPÔTS ET CONSIGNATIONS (CDC)

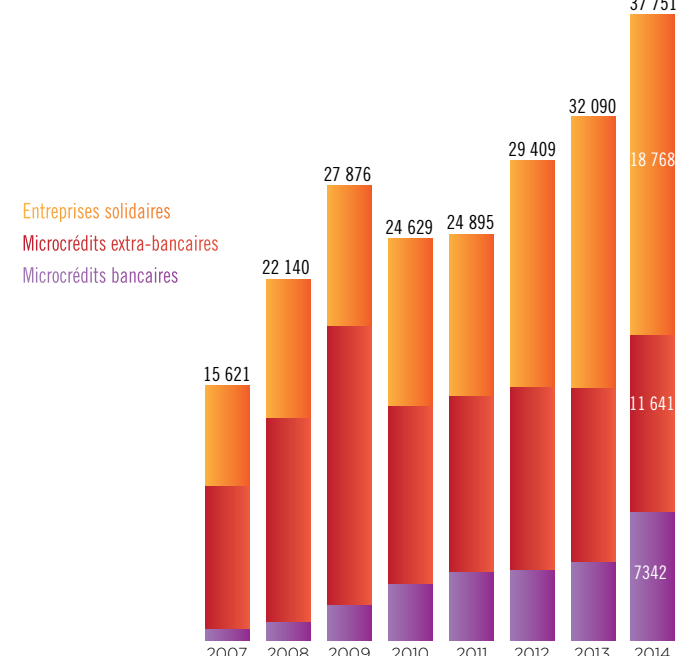
Nombre de microcrédits personnels garantis distribués en France par année



Répartition des prêts par objet (microcrédit personnel) en France en 2014



Nombre de microcrédits professionnels distribués en France par année



Source : Bilan du microcrédit personnel et professionnel au 4^{ème} Trimestre 2014, Caisse des Dépôts



À l'ère du numérique, quels outils pour la pédagogie financière ?



CAISSE D'ÉPARGNE
FÉDÉRATION NATIONALE

Créée en 1957 par les Caisses d'Épargne, l'association Finances & Pédagogie cible un large public auprès duquel elle réalise des actions de sensibilisation et de formation. Les thématiques : gestion de l'argent, utilisation des services bancaires, des crédits, des assurances...

Derrière l'apparente facilité des sujets, l'expérience montre que l'argent reste encore tabou. Alors, comment dépasser les appréhensions ? Comment amener les personnes à s'intéresser à des questions sur lesquelles elles peuvent être tentées de considérer que leur marge de manœuvre est étroite, voire nulle ?

À l'ère du numérique, l'organisation de sessions collectives, en face à face, reste cruciale. Les formateurs de Finances & Pédagogie rencontrent ainsi près de 40 000 stagiaires chaque

année, dont 17 000 jeunes. Leur savoir-faire leur permet de s'adapter à ces publics disparates, grâce notamment à des méthodes pédagogiques participatives, pragmatiques et imagées. Parmi les exemples de ces outils qui « marchent bien » quel que soit le public, citons le jeu de l'oie « À votre budget, prêt, partez ! ». L'objectif de ce support d'animation est de projeter les stagiaires en situation de gérer un budget, et de parvenir à l'équilibre, au terme d'une année ponctuée d'événements budgétaires (charges récurrentes, dépenses « coups de cœur », mais aussi imprévus dont on se serait bien passé !). Le jeu permet de livrer quelques astuces, de mettre en garde vis-à-vis de pièges, d'étayer plus concrètement ce qui a été dit préalablement et de fédérer le groupe en prévision d'autres interventions.

Le logiciel de gestion budgétaire

« À votre budget », téléchargeable sur le site internet de Finances & Pédagogie (www.finances-pedagogie.fr), est un autre exemple de ces outils pédagogiques sur la « méthode » budgétaire. Sous la forme de tableaux à compléter, il propose aux utilisateurs d'obtenir une vue d'ensemble, mois par mois, de leurs ressources et de leurs dépenses, et de connaître ainsi le poids de ces dernières dans leur budget.

L'émergence du numérique n'a fait que renforcer l'utilisation de modes interactifs et ludiques. Pour capter l'attention, la retenir et faire passer les messages, les supports courts, ayant recours à l'image et à la vidéo, sont particulièrement plébiscités. Le « Money quizz » par exemple, créé à l'initiative du réseau européen des Caisses d'Épargne, est un bon préalable pour tester ses connaissances et sa relation à l'argent.

Un dernier exemple est le programme européen « Apprendre la Bourse » des Caisses d'Épargne. Valorisant le « challenge » et l'esprit d'initiative, ce concours développé en France depuis une dizaine d'années a pour objectif de familiariser les jeunes avec le fonctionnement des marchés financiers et les mécanismes de l'économie. Qu'ils soient collégiens, lycéens ou étudiants, mais aussi professeurs, tous les participants saluent le mode d'apprentissage expérimenté, par petits groupes, qui les mets en situation d'être acteurs, sur un temps certes court, et de devoir progresser par eux-mêmes. Chaque équipe a la responsabilité de gérer un portefeuille (fictif) de titres choisis parmi des valeurs (réelles), qu'elle doit parvenir à faire fructifier. L'apprentissage par la pratique (« *learning by doing* ») développe la curiosité des participants, contribue

à les ouvrir sur le monde et stimule leur inventivité. Les participants se familiarisent avec le travail en équipe, avec la nécessité d'écouter les autres, leurs hypothèses, leurs arguments, d'y adhérer ou de s'y opposer. Enfin, si le programme est porté en majorité par des enseignants d'économie, il est également l'occasion d'échanges interdisciplinaires (implication des professeurs de langue...).

Pour plus d'informations :
www.apprendre-la-bourse.eu

Lien pour smartphones et tablettes :
m.apprendre-la-bourse.eu

Page Facebook :
facebook.com/stockmarketlearning

MARIE-VÉRONIQUE BRYON,
CHARGÉE DE PROJET FORMATION,
FINANCES & PÉDAGOGIE

Les dernières tendances de la microfinance en Europe

Le secteur de la microfinance en Europe est en progression constante depuis le début de la crise économique de ces dernières années. Dans un contexte où 24,8% de la population des 28 pays de l'Union européenne est aux portes de la pauvreté ou de l'exclusion sociale¹ et environ 24 millions de personnes sont au chômage², la microfinance est devenue un instrument de politique sociale essentiel pour promouvoir l'auto-entrepreneuriat, l'appui aux microentreprises et la lutte contre l'exclusion financière et sociale. L'Union européenne a reconnu le rôle de la microfinance et continuera de soutenir ce secteur au cours de la période 2014-2020 à travers le Programme communautaire pour l'emploi et l'innovation sociale (EaSI), qui comprend des instruments financiers, à savoir des garanties et des prêts, ainsi que des services d'assistance technique. En outre, l'UE promeut le développement de ce secteur grâce au Code européen de bonne conduite pour l'octroi de microcrédits. Ce code présente des recommandations et des standards visant à encourager les meilleures pratiques au sein du secteur de la microfinance ; la conformité avec ce code est désormais un critère obligatoire pour l'obtention de financements dans le cadre du Programme EaSI.

Selon une récente enquête du Réseau Européen de la Microfinance (REM)³, le secteur de la microfinance n'a cessé de croître ces dernières années. En 2013, 150 IMF de 24 pays européens ont consenti un total de 387 812 microprêts pour un encours total de 1,53 milliards d'euros. Le montant moyen des prêts a également augmenté en 2013, atteignant 8507 euros. Au cours de la même année, 79% de la valeur totale des microprêts a été émise à des fins entrepreneuriales tandis que les 21% restants ont financé la consommation personnelle. Le taux d'intérêt appliqué à ces produits varie considérablement en fonction des différents marchés de la microfinance. Selon les cadres réglementaires nationaux, (avec l'existence ou non de lois sur l'usure), les taux d'intérêts vont de moins de 5% pour un prêt d'affaires en Autriche, en Suisse, en France et en Italie et jusqu'à 42% pour un prêt personnel au Royaume-Uni.

Le secteur européen de la microfinance demeure très hétérogène en termes de modèles institutionnels avec les ONG, les fondations et les institutions financières non bancaires représentant plus de la moitié des IMF interrogées. Même si les IMF octroient majoritairement des prêts à des microentreprises, elles proposent désormais une large

gamme de produits financiers. Par ailleurs, l'éducation financière et la formation entrepreneuriale constituent les services non financiers les plus couramment offerts.

L'actuelle transformation numérique de l'économie offre de nombreuses opportunités pour le secteur de la microfinance en Europe.

Les modes de financement en ligne ont connu une croissance exceptionnelle ces quatre dernières années, tant en nombre qu'en volumes récoltés⁴. En Europe, des centaines de plateformes de financement participatif existent déjà. Les mécanismes de financements innovants, à l'instar du *crowdfunding* et des prêts entre pairs, portés par les innovations technologiques, sont en

train de rivaliser avec les fournisseurs de services financiers traditionnels existants. En comparaison avec d'autres types de financement, le *crowdfunding* permet de réduire les coûts et d'alléger les charges administratives.

Le marché européen voit également apparaître de nouveaux fournisseurs de solutions de paiement mobiles ou de *credit scoring* via des données issues des réseaux sociaux. M-Pesa, le système de paiement mobile développé en Afrique, a obtenu une autorisation d'émission de monnaie électronique pour fournir des services financiers en Europe et a investi le marché roumain où une grande partie de la population ne possède pas de compte bancaire formel⁵. De plus, des

compagnies privées ont développé des plateformes permettant de recouper les données des réseaux sociaux avec des principes psychométriques et les historiques des paiements mobiles afin de créer des profils d'emprunteurs.

Ces innovations représentent des opportunités de croissance considérables pour le secteur de la microfinance. En réalité, ces nouveaux « concurrents » peuvent être considérés comme des acteurs complémentaires ou des pionniers dans l'utilisation de nouveaux outils et méthodologies pour s'adresser à des groupes cibles de la microfinance.

¹http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=ilc_peps01&lang=en

²http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Unemployment_statistics

³ http://www.european-microfinance.org/docs/emn_publications/emn_overview/Overview2012-2013_Nov2014.pdf

⁴http://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2015-uk-alternative-finance-benchmarking-report.pdf

⁵<http://www.ft.com/cms/s/0/736dd03e-b688-11e3-b230-00144feabdc0.html#axzz3Wnn187E9>

NICOLA BENAGLIO,
CHARGÉ POLITIQUE ET RECHERCHE,
RÉSEAU EUROPÉEN DE LA MICROFINANCE

Enquête 2012-2013 du Réseau Européen de la Microfinance Gros plan sur les produits

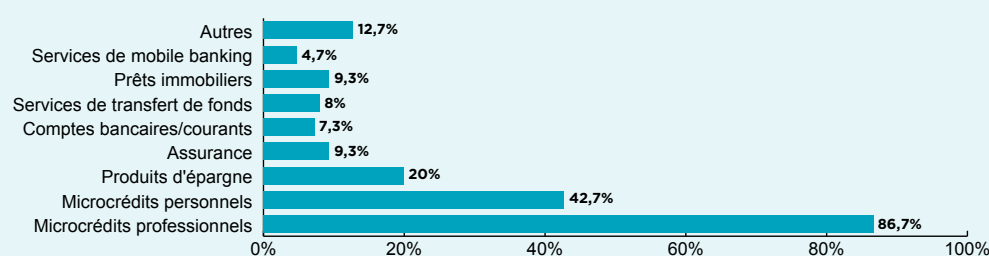
Le secteur européen de la microfinance se caractérise par une large diversification des produits offerts. Bien que les microprêts professionnels continuent de dominer le secteur, l'offre d'autres types de produits et services financiers a considérablement augmenté au cours des dernières années. Par ailleurs, la plupart des IMF complètent leur offre avec des produits et des services non financiers afin d'accompagner leurs clients dans le développement de leur activité.

Comme le montre le graphique 1, les microprêts professionnels représentent le principal produit offert par les IMF sondées (87%), suivis par les microcrédits personnels (43%). Les produits de microépargne - proposés par 20% des IMF interrogées - arrivent en troisième position. A noter que 47% des IMF participantes fournissent exclusivement des microcrédits, ce qui suggère qu'une grande partie des institutions de microfinance en Europe se spécialisent.

Parmi les IMF proposant des services non financiers, les services offerts les plus répandus sont les programmes de formation à la finance (58%) et de formation à l'entrepreneuriat (45%), suivis par les services de développement commercial (42%) et les conseils en matière d'endettement (41%). Moins d'un tiers des IMF interrogées ne proposent aucun service non financier.

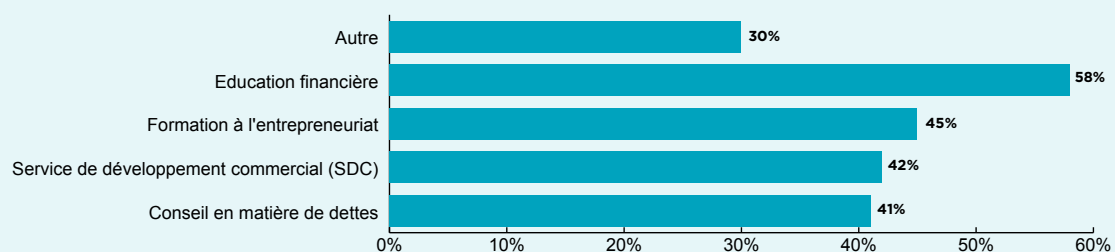
CONVERGENCES

Graphique 1 - Part des produits et services financiers



Note : N = 150. Plusieurs réponses possibles au questionnaire : le pourcentage total n'est donc pas 100%.

Graphique 2 - Part des produits et services non financiers



Note : N = 150 ; Plusieurs réponses possibles au questionnaire : le pourcentage total n'est donc pas 100%.

Source : Overview of the Microcredit Sector in the European Union, Réseau Européen de la Microfinance (REM), 2014



« La finance numérique offre de nouvelles opportunités pour l'inclusion financière au Pérou »



Caroline Trivelli est une ancienne ministre péruvienne du développement et de l'inclusion sociale, Chef de projet argent numérique à ASBANC (Association des Banques du Pérou)

Croyez-vous à l'accès universel aux services financiers d'ici à 2020 pour tous les adultes en âge de travailler ?

Je l'espère très fortement ! Et si nous n'y parvenons pas en 2020, j'espère que nous y arriverons en 2030. Nous devons tout mettre en œuvre pour atteindre cet objectif le plus rapidement possible. Pour cela, il est indispensable de développer des produits accessibles à tous, suivis d'efforts concertés pour les promouvoir. Nous devons répondre à des besoins réels et fournir aux parties prenantes tous les outils pour favoriser l'utilisation de canaux de distribution novateurs, et développer tout un éventail de produits et services financiers pertinents et pratiques. La technologie est un allié indéniable, et nous devons nous en servir également pour accroître la demande et améliorer la qualité et la diversité des produits financiers.

Qu'a apporté la microfinance au Pérou en termes d'inclusion sociale et de développement économique ?

La microfinance au Pérou est un secteur réglementé, très diversifié, compétitif et solide, ce qui permet d'atteindre une clientèle très variée et de lui offrir de nombreux avantages. A titre d'exemple, la concurrence entre les institutions de microfinance a entraîné une offre très large de comptes d'épargne, sans exigence de solde minimal ni frais de gestion. Ce seul fait a permis de bancariser des milliers de Péruviens et au gouvernement d'utiliser ces comptes

comme un vecteur de promotion de l'inclusion financière, par exemple pour les utilisateurs du système de paiements G2P (*Government to People*).

La finance numérique se développe-t-elle au Pérou ? Dans quelle mesure ?

En raison de ses caractéristiques géographiques et environnementales, le Pérou peine à développer son système financier au moyen d'infrastructures physiques. La présence d'institutions financières est très limitée dans les zones périurbaines, sans parler des zones rurales, et chercher à augmenter l'inclusion financière par ce seul moyen pose de gros problèmes.

Au Pérou, le fort taux de pénétration des téléphones portables atteint ces dernières années a énormément contribué au développement de canaux de distribution mobiles. En fait, il y a actuellement au Pérou plus de téléphones portables que d'habitants. En juin 2014, il y avait plus de 30,5 millions de lignes mobiles actives¹. Le taux de pénétration des téléphones portables dans les populations à bas revenus est très élevé, et plus de 78% des foyers ruraux y ont accès.

La législation récemment adoptée constitue un autre atout pour le développement de la finance numérique. Ces dernières années, le Pérou a légiféré sur l'utilisation de l'argent électronique, anticipant le développement imminent de ce secteur d'activité. Le pays compte peu

d'initiatives basées sur la monnaie électronique mais, contrairement à d'autres pays où la *business* a précédé la législation, le pays a instauré des règles de bases pour encadrer l'inévitable déferlement inhérent à ce type d'activité.

Ces conditions particulières constituent une excellente opportunité pour l'inclusion financière. Plus de 30 institutions financières (banques, institutions de microfinance, etc.) travaillent de concert afin d'en tirer le meilleur parti, en développant une infrastructure conjointe, interopérable et multi-opérateurs pour booster la finance numérique. Ceci permettra d'inclure les personnes non bancarisées dans le système financier grâce à des portefeuilles mobiles, fonctionnant sur tous les téléphones portables, faciles à utiliser, accessibles, sûrs et pratiques. Indépendamment de votre perspective – secteur public ou privé – il est indéniable que le Pérou est fermement engagé à atteindre des niveaux plus élevés en matière d'inclusion financière.

Quelles perspectives offre la finance numérique pour augmenter l'inclusion financière ?

Lorsque l'infrastructure pour les portefeuilles électroniques sera mise en place, il faudra enrichir ce canal et développer tout un écosystème, en offrant une éducation financière pour s'assurer que les personnes exclues du système bancaire puissent y accéder.

Quand nous aurons atteint cet objectif, toutes les parties prenantes pourront développer et offrir des produits et services financiers adaptés aux besoins précis de ces nouveaux clients. Les institutions financières à l'origine de cette initiative pourront coopérer puis se concurrencer, offrant une nouvelle gamme très diversifiée de produits financiers.

La réussite de ce nouveau canal dépendra de la capacité commune des institutions financières à répondre aux besoins de ces nouveaux clients, non seulement avec des produits d'argent mobile, mais également avec des produits complémentaires en fonction de leurs besoins particuliers.

Quel conseil pouvez-vous donner aux professionnels de la microfinance qui lisent le Baromètre de la Microfinance ?

Adoptez la finance numérique et contribuez au développement de l'écosystème des paiements numériques, en offrant plus de produits innovants et adaptés aux besoins d'une clientèle plus représentative et élargie.

¹ OSIPTTEL, 2014

CAROLINE TRIVELLI,

ANCIENNE MINISTRE PÉRUUVIENNE DU DÉVELOPPEMENT ET DE L'INCLUSION SOCIALE, CHEF DE PROJET ARGENT NUMÉRIQUE, ASBANC (ASSOCIATION DES BANQUES DU PÉROU)

PROPOS RECUEILLIS PAR CONVERGENCES

Signez l'Appel Mondial pour une microfinance responsable !

L'Appel Mondial est un engagement mondial fort en faveur de l'inclusion financière et d'une finance responsable. Il ne vient pas remplacer les autres initiatives de promotion de la gestion de la performance sociale qui s'adressent en priorité qu'aux institutions de microfinance (voir article page 4). L'Appel Mondial met en cohérence les actions à prendre par toutes les parties prenantes (institutions, investisseurs, régulateurs, etc.). Il a été développé par Convergences, en lien avec un collectif de partenaires incluant les membres du *Microfinance CEO Working Group* – Accion, FINCA, Freedom from Hunger, Grameen Foundation USA, Opportunity International, Pro Mujer, VisionFund International et Women's World Banking.

L'« Appel de Paris pour une microfinance responsable » a été lancé lors de la 4^{ème} édition du Forum annuel Convergences en 2011. L'engagement du secteur de la microfinance vis-à-vis de la réduction de la pauvreté et la réalisation des Objectifs du Millénaire pour le développement a été renouvelé, renforcé et élargi lors de la 5^{ème} édition du Forum Mondial en 2012. L'Appel Mondial propose une vision d'un secteur responsable et réactif, ainsi que des perspectives à venir pour l'ensemble des acteurs concernés – institutions de microfinance, régulateurs, décideurs politiques, investisseurs, chercheurs et financeurs, au travers de 7 principes :

1. Les institutions de microfinance (IMF) doivent servir les clients de manière responsable.

2. Les IMF doivent mettre en œuvre les Normes Universelles de Gestion de la Performance Sociale de la SPTF (USSPM).
3. Les IMF doivent opérer selon des principes de bonne gouvernance et de responsabilité financière.
4. Les régulateurs et législateurs doivent promouvoir un secteur de la microfinance sain et solide.
5. Les investisseurs en microfinance doivent respecter les Principes pour les Investisseurs en Finance Inclusive (PIIF).
6. Les chercheurs doivent appuyer le secteur de la microfinance dans leur apprentissage.
7. Les bailleurs de fonds, les institutions financières et les fondations doivent soutenir le secteur et l'aider à repousser ses frontières.

Lisez le texte en entier, découvrez les plus de 2000 signataires, et signez la campagne en ligne :

www.theglobalappeal.org

Ils ont déjà signé l'Appel Mondial :

Natalie Portman, Michel Rocard, Jean-Michel Severino, Chuck Waterfield, Accion, Babyloan, Buro Bangladesh, CARE, Crédit Coopératif, Crédit Municipal de Paris, e-MFP, FINCA, Finansol, Freedom From Hunger, Grameen Crédit Agricole Microfinance Foundation, Fondation GoodPlanet, I&P Conseil, Macif, Oikocredit, OXUS, Pamiga, REM, Secours Catholique...

Remerciements aux membres du groupe de travail « Microfinance et finance responsable » de Convergences et aux rédacteurs : Arvind Ashta, Djamchid Assadi, Nicola Benaglio, Pascal Briend, Philippe Breul, Philip Martin Brown, Marie-Véronique Bryon, Marjolaine Chaintreau, Laurent Chéreau, Ibrahima Cissé, Violette Cubier, Anthony Degouve, Leticia Emme, Antonia Estrada, Gabriela Erice García, Aurélie de Fonvielle, William Ford, Dominique François, Pierre Gaches, Sara Gailly, Yann Gelister, Philippe Guichandut, Yoann Guirimand, Nienke Harmsen, Kani Héroult, Christine Hermann, Snezana Jovic, Mohita Khamar, Samir Khan, Samphors Khoun, Perrine Lantoin-Rejas, Ging Ledesma, Samuel Lefèvre, Caroline Lentz, Frédéric Levet, Laure De Llamby, Alban Luherne, Jacinta Maiyo, Katya Maneva, Gaël Marteau, Léa Monfort, Roger Morier, David Munnich, Claire Ozanne, Christoph Pausch, Jean-Luc Perron, Christophe Poline, Kalin Radev, Guy Ratsimbazafy, Manon Robin, Hannah Siedek, Blaine Stephens, Marc-Henri Stroh, Sophea Suon, Marie-Sophie Tar, Carolina Trivelli, Cédric Turini, Marylène Viala-Claude, Mark Wensley, Leslie Zambelli.

Remerciements particuliers à : Julie Azoula, Joséphine de Bartillat, Manon Désert, Justine Gonda, Carolina Herrera, Silvia Icardi, Pablo Kerblat, Jacques de Laboulaye, Soumïa Maldji, Guillaume Poutiers, Céline Rotcajg et Nathalie Touzé de Convergences, Frank Fotso-Tagné, Christine Guyard et Michaël Knaute d'OXUS, Caroline Pasquier et Adrien Tomarchio d'ACTED.

Citation suggérée pour ce document : Baromètre de la Microfinance 2015 / Convergences. **Mise en page :** Convergences. **Impression :** Chevillon Imprimeur

UNE PUBLICATION

CONVERGENCES
Vers un monde équitable et durable

EN PARTENARIAT AVEC

CAISSE D'ÉPARGNE
FÉDÉRATION NATIONALE

The MasterCard
Foundation

GROUPE
Caisse des Dépôts
EUROPEAN
MICROFINANCE
PLATFORM
NETWORKING WITH THE SOUTH

OIKO
CREDIT
Investir dans l'Homme

AVEC LE SUPPORT
TECHNIQUE DE

OXUS
ACTED
miX

Lancée en 2008, Convergences est la première plateforme de réflexion en Europe, dont l'objet est de contribuer à lutter contre la pauvreté, la précarité et l'exclusion au Nord comme au Sud et de promouvoir le développement durable. Elle a pour mission d'organiser des débats d'idées, de mobiliser la réflexion et l'action, de diffuser de bonnes pratiques et de favoriser la co-construction de partenariats et de solutions innovantes.

Convergences s'appuie sur 200 organisations partenaires représentées au sein de ses groupes de travail pour développer le Forum Mondial Convergences qui réunit près de 7000 participants autour des enjeux et défis du développement durable, des études et publications ainsi que des débats, colloques et rencontres. www.convergences.org



Copyright Convergences juin 2015 – Convergences, 33 rue Godot de Mauroy, 75009 Paris – France // +33 (0)1 42 65 78 84
Pour plus d'informations : contact@convergences.org ou www.convergences.org