

Chapitre 3

Quel impact pour la microfinance¹ ?



Les cas de réussite individuelle rendus possibles par la microfinance ne manquent pas, et ils sont parfois spectaculaires. Les praticiens de la microfinance savent que les *success stories* relatées en préambule n'ont rien d'exceptionnel – ils en rencontrent tous les jours de semblables sur le terrain ! Comme Violeta ayant ouvert sa petite épicerie de quartier, comme Fatima avec son terminal de téléphonie mobile, comme Moïse avec ses livraisons de pains, des centaines de milliers de clients de la microfinance dans le monde ont pu améliorer leur quotidien grâce à l'accès à des services financiers.

Ces témoignages ont leur importance car ils démontrent par l'exemple que le succès est possible – et que, parfois, un simple coup de pouce, un microcrédit, suffit à enclencher une dynamique vertueuse. Toutefois, ces exemples ne nous apprennent rien sur la fréquence de ce succès. Que peut-on dire plus généralement de l'impact de la microfinance ?

-
1. Ce chapitre a pour principale référence le dossier thématique réalisé par le Comité d'échange et de réflexion sur les systèmes d'épargne-crédit (CERISE), « Impact et performances sociales » pour le portail francophone de la microfinance (http://www.lamicrofinance.org/resource_centers/impactperf/). On trouvera également de nombreux documents en anglais sur le site du réseau Imp-Act (<http://www.imp-act.org>) qui fédère des universitaires et des praticiens de la microfinance travaillant sur le sujet de l'impact.

Cette question est centrale car les programmes de microfinance ont généralement revendiqué l'objectif d'avoir un impact sur leurs clients et sur le développement – comme, par exemple¹ :

- ▀ La réduction de la pauvreté ;
- ▀ Le renforcement de la position sociale de la femme ou de groupes de population défavorisés ;
- ▀ L'encouragement à la création d'entreprise ;
- ▀ Le soutien à la croissance et à la diversification d'entreprises existantes.

En affichant ces objectifs, les programmes de microfinance ont suscité des attentes importantes et drainé des financements publics. Vient donc le temps de mesurer leur contribution au développement économique et social. C'est un enjeu essentiel pour maintenir la confiance des bailleurs de fonds et améliorer les pratiques.

Pour faire face à ces enjeux, des études statistiques rigoureuses ont été menées sur différents programmes de microfinance dans le monde. Sur la base de ces études, ce chapitre abordera les questions suivantes :

- ▀ Un impact a-t-il pu être mesuré, et sur quels plans ?
- ▀ La microfinance touche-t-elle les populations les plus pauvres et les aide-t-elle efficacement ?
- ▀ Quelles sont les principales difficultés méthodologiques de la mesure de l'impact ?
- ▀ Pourquoi les IMF évoluent-elles vers des études de clientèle plutôt que des études d'impact ?

1. Joanna Ledgerwood, *Manuel de microfinance*, Éditions Banque Mondiale, 1998.

Un impact réel¹

L'impact sur la situation économique et sociale des clients

Plusieurs études, menées à des années d'écart et sur différents continents, ont montré des résultats impressionnants :

- Sur le plan économique, avec des impacts sur le niveau de revenu et la capacité à épargner ;
- Sur le plan social, avec des effets sur la scolarisation des enfants, l'accès aux soins ou l'amélioration de l'habitat, grâce à l'impact économique et dans certains cas grâce à des services complémentaires proposés par les IMF.

Ce chapitre propose quelques exemples d'études d'impact qui en attestent.

En **Bolivie**, en l'espace de trois ans, deux tiers des clients de l'IMF CRECER² ont vu leurs **revenus augmenter** significativement, grâce notamment à la croissance de leur activité commerciale et à leur capacité à grouper leurs achats de marchandise du fait de l'accès au crédit. En accédant aux services de l'IMF, les familles ont pu lisser leur consommation et acquérir de nouveaux biens pour la maison. 86% ont pu **se constituer une épargne** – alors que 78 % d'entre eux n'en avaient pas auparavant.

1. Ce chapitre a pour principale référence le dossier thématique réalisé par le Comité d'Échange et de Réflexion sur les Systèmes d'Épargne-Crédit (Cerise), « Impact et performances sociales » pour le portail francophone de la microfinance :

http://www.lamicrofinance.org/resource_centers/impactperf/.

Les études citées en section a) sont reprises de deux revues d'études d'impact de la microfinance :

- Littlefield E., Murdoch J. et Syed H., Is microfinance an effective strategy to reach the Millennium Development Goals?, CGAP Focus Note n° 24, 2003, http://www.cgap.org/docs/FocusNote_24.pdf.

- Haley B. et Murdoch J., Analysis of the effects of microfinance on poverty reduction, Results Canada, Canadian International Development Agency, 2001.

On trouvera également de nombreux documents en anglais sur le site du réseau Imp-Act (www.imp-act.org) qui fédère des universitaires et des praticiens de la microfinance travaillant sur le sujet de l'impact.

2. MkNelly B. and Dunford C., Impact of Credit with Education on Mothers and Their Young Children's Nutrition: CRECER Credit with Education Program in Bolivia, Freedom from Hunger Research Paper No. 5 (Davis, Calif.: Freedom from Hunger, 1999)

En outre, grâce aux sessions de formation ou sensibilisation à des questions d'hygiène ou de santé qui sont dispensées par l'IMF, on observe que les clientes de CRECER ont des meilleures pratiques d'allaitement de leurs enfants, de réhydratation en cas de diarrhées et de prévention du paludisme.

Une autre étude a porté sur les clients de l'IMF Freedom from Hunger¹ au **Ghana**. Elle montre qu'en l'espace de trois ans, les revenus mensuels des clients de l'IMF ont augmenté de 30 euros, contre seulement 15 euros pour des individus qui n'étaient pas clients. On note aussi parmi les clients une forte **diversification des sources de revenus** : 80% ont une deuxième activité, contre seulement 50 % des non clients.

En **Ouganda**, une étude sur trois IMF² montre que leurs clients investissent plus dans l'éducation de leurs enfants, grâce aux revenus de leur micro-entreprise. Les clients de l'IMF FOCCAS ont de **meilleures pratiques d'hygiène suite aux sessions de sensibilisation** – par exemple, 32% ont essayé au moins une méthode de prévention du sida contre 18% chez les non clients.

Au **Bangladesh**, une étude³ sur trois IMF (Grameen Bank, BRAC et RD-12) a montré que 5 % des clients **passent au-dessus du seuil de pauvreté** chaque année et que ces améliorations sont durables. Elles ont un effet positif et mesurable sur l'alimentation et la scolarisation des enfants. Les progrès se font même sentir au niveau des villages : dans ceux où l'offre de microfinance apparaît, **même les non-clients en bénéficient (effet d'entraînement, par exemple hausse des salaires)**.

Une autre étude sur l'IMF BRAC⁴ montre que **la situation des clients devient moins précaire** grâce à l'accès aux services financiers, qui permettent de lisser leur consommation et d'accumuler des actifs (qui peuvent plus tard être revendus en cas de coup dur). **En cas de catas-**

1. MkNelly B. et Dunford C., *Impact of Credit with Education on Mothers and Their Young Children's Nutrition: Lower Pra Rural Bank Credit with Education in Ghana*, Freedom from Hunger Research Paper No. 4 (Davis: Calif. : Freedom from Hunger, 1998)
2. Barnes C., Gaile G. et Kimbombo R., *Impact of Three Microfinance Programs in Uganda*, USAID-AIMS paper, Management of Systems International, 2001).
3. Shahidur Khandker, *Fighting Poverty with Microcredit: Experience in Bangladesh*, New York: Oxford University Press, Inc., 1998.
4. Zaman H., *Assessing the Poverty and Vulnerability Impact of Micro-Credit in Bangladesh: A Case Study of BRAC*, Banque mondiale, 2000.

trophe naturelle comme une inondation, la possibilité de recourir juste après à un emprunt d'urgence est extrêmement importante pour atténuer les effets de la catastrophe. Enfin, l'étude constate un effet positif de la microfinance sur le statut de la femme au sein des familles et de la société. L'étude montre que l'impact de l'IMF est surtout fort sur les ménages « modérément pauvres » et qui ont eu plusieurs emprunts successifs, pour un montant cumulé supérieur à 200 dollars.

Dans une troisième étude de BRAC¹, on observe une **amélioration plus rapide du niveau d'instruction des adolescents** chez les familles clientes de l'IMF. L'occurrence de la malnutrition est moindre parmi les clients de l'IMF, et **la fréquence de la malnutrition est de plus en plus faible** pour ceux qui restent durablement membres du programme.

Enfin, toujours au Bangladesh, une étude sur la Grameen Bank², montre un **niveau de scolarisation des filles supérieur** chez les familles clientes de l'IMF.

Une étude sur Zambuko Trust³, au **Zimbabwe**, a démontré que les clients réussissaient mieux que les autres à accumuler des actifs utiles au ménage, comme un réfrigérateur ou un four. Les clients parviennent également à diversifier leurs sources de revenus. Enfin, malgré le contexte de crise des années 97-99, on observe un **impact positif sur l'alimentation des clients très pauvres**, en quantité et en qualité,

Au **Cambodge** enfin, une étude sur l'impact du microcrédit sur les clients d'AMRET⁴ a souligné les résultats suivants :

- **80 % des clients pensent avoir réalisé un profit grâce au crédit**, et 19 % d'entre eux pensent ne plus avoir besoin de réemprunter à l'avenir,
- **40 % des crédits sont réellement investis dans une micro-entreprise** ; la moitié des prêts sont en réalité utilisés pour lisser la trésorerie du ménage. Ceci est tout-à-fait accepté par l'IMF qui ne

-
1. Chowdhury A.M.R. et Bhuiya A., *Do Poverty Alleviation Programmes Reduce Inequity in Health: Lessons from Bangladesh* dans *Poverty Inequity and Health*, ed. D. Leon and G. Walt, Oxford: Oxford University Press, 2001.
 2. Khandker, *Fighting Poverty with Microcredit*, 1998.
 3. Barnes C., *Microfinance Program Clients and Impact: An Assessment of Zambuko Trust, Zimbabwe*, USAID-AIMS paper (Washington, D.C.: 2001).
 4. Bouso P., Daubert P., Gauthier N., Parent M. et Ziegler C., *L'impact micro-économique du crédit rural au Cambodge*, Collection *Etudes et travaux*, GRET 1997.

prétend pas accorder uniquement des crédits productifs, et sait que ses clients peuvent néanmoins rembourser leurs crédits à temps.

Ainsi, nombreuses sont les études qui ont documenté et observé un impact fort de la microfinance. Il en existe aussi quelques-unes qui ont conclu à l'absence d'impact ou même dans de rares cas à un impact négatif, notamment dans des contextes de zones très pauvres focalisées sur une seule activité économique, où l'accès au crédit peut entraîner une saturation rapide du marché local. Mais la fréquence de ces résultats est trop faible pour mettre en doute la tendance généralement positive des études.

Autonomie des femmes¹

Au-delà des bénéfices économiques et sociaux mesurables, la microfinance a un impact sur la capacité des individus à prendre en main leur propre situation. La possibilité d'emprunter et d'investir, d'épargner, de travailler, a une valeur en soi : celle d'élargir les options disponibles. Ce processus d'élargissement des possibilités et de gain en autonomie est communément désigné par un terme anglo-saxon : *empowerment*.

Ce terme peut bien entendu s'appliquer aussi bien aux hommes qu'aux femmes. Néanmoins, certaines IMF choisissent d'avoir pour clients uniquement, ou principalement, des femmes. Les raisons de ce ciblage sont multiples :

- ▀ La participation importante des femmes aux métiers informels généralement visés par la microfinance – en particulier des métiers qui peuvent s'exercer à proximité du domicile, comme la tenue d'une petite activité commerciale dans le quartier, cumulable avec un temps important consacré à la famille ;
- ▀ La surreprésentation des femmes parmi les populations pauvres que visent certaines IMF – les femmes faisant souvent face à des obstacles socio-économiques spécifiques (par exemple, les taux de scolarisation des filles sont bien inférieurs à ceux des garçons dans la majorité des pays en développement) ;

1. Guérin I., *Microfinance et autonomie féminine*, OIT, Secteur de l'Emploi, document de travail n° 31, http://www.lamicrofinance.org/files/14606_autonimiefeminine.pdf.

- La propension plus grande des femmes à affecter leurs revenus au bien-être de la famille (éducation, santé des enfants notamment), engendrant un impact social plus fort à impact économique égal ;
- La volonté de renforcer la position de la femme dans son foyer et la participation des femmes au développement économique et social – un thème qui reçoit une attention croissante des agences de développement depuis les années 90 ;
- Certaines IMF estiment en outre que les femmes remboursent mieux les crédits que les hommes.

Dans les faits, qu'en est-il de l'autonomie acquise par les femmes, grâce aux services des IMF ? Les études montrent que, au-delà de son impact matériel, **l'accès aux services de microfinance peut effectivement contribuer à une amélioration du statut des femmes au sein de la famille**, au renforcement de l'estime qu'elles ont d'elles-mêmes ou encore à leurs capacités d'organisation et donc d'expression et de revendication :

- Certaines limitent leur dépendance par rapport aux usuriers ou à leurs fournisseurs ;
- Grâce à l'offre de services financiers de l'IMF, certaines échappent à des obligations d'entraide communautaire ou familiale « grâce » à l'endettement vis-à-vis de l'IMF : les remboursements, honorés grâce aux revenus de leur activité, constituent une épargne a posteriori qu'elles ne pourraient réaliser autrement ;
- Dans le cas de crédits solidaires, les réunions de groupe peuvent permettre de discuter entre femmes de sujets communs, d'exprimer des préoccupations spécifiques, d'encourager dans certains cas la réaction face à d'éventuels comportements inacceptables (violence domestique par exemple).

Néanmoins, le ciblage exclusif des femmes et la formation des groupes solidaires peuvent engendrer des effets pervers vis à vis desquels les IMF doivent rester vigilantes. Une étude sur le projet PPPCR au Burkina¹ montre comment le ciblage exclusif des femmes s'est traduit par des tensions entre hommes et femmes au sein de la communauté : certains hommes faisaient pression sur les femmes pour obtenir une redistribution du crédit. Cette situation se traduisait par des impayés dont les femmes

1. Wampfler B., Le PPPCR, Etude de cas, Gouvernance en microfinance, septembre 2002 (<http://www.cerise-microfinance.org/publication/pdf/gouvernance/pppcr.pdf>).

étaient doublement victimes : parce qu'elles n'avaient pas bénéficié du crédit, et parce qu'elles portaient la responsabilité de l'endettement.

De plus, il faut souligner qu'une forte proportion de femmes parmi les emprunteurs ne signifie pas qu'elles jouent un rôle prépondérant dans la décision et la gestion du crédit. Chez AMRET, 75 % des clients sont des femmes, mais dans 71 % des cas, la décision de prendre le crédit et son affectation sont le résultat d'un choix commun du couple ; les femmes sont en quelque sorte en charge des « formalités », consommatrices de temps...sans avoir pour autant davantage d'autonomie dans la gestion du crédit¹.

Impact sur les structures de solidarité

L'introduction par les IMF de nouveaux modes de solidarité n'est-elle pas susceptible de nuire aux modes de solidarité préexistants et de favoriser certains groupes sociaux ? En particulier, quel est l'impact de l'introduction du mécanisme de la caution solidaire ? Ces questions ont donné lieu à des études de type socio-anthropologiques, parfois dans le cadre d'études d'impact plus larges.

Impact de la caution solidaire sur les clients du Crédit Rural de Guinée²

Ce sujet a par exemple été analysé pour le Crédit Rural de Guinée (CRG), IMF mise en place par une ONG française, l'IRAM³. L'octroi de crédit s'appuie sur la formation de groupes solidaires de 5 à 10 personnes, ces groupes sont la principale forme de garantie. L'apparition de problèmes de remboursement a rendu nécessaire une réflexion sur les effets pervers de ce mécanisme. Il est apparu que les clients acceptaient le *principe* de la caution solidaire – certains groupes formant même des noyaux soudés. Mais les *modalités* de formation des groupes étaient remises en cause : les clients souhaitent pouvoir former des groupes

1. Pascal Bouso, Pierre Daubert, Nathalie Gauthier, Martin Parent et Cécile Zieglé, *L'impact micro-économique du crédit rural au Cambodge*, Collection *Études et travaux*, GRET 1997.
2. Stéphane Bouju, Kéfing Condé et Dominique Gentil, « Le crédit rural de Guinée vu par ses acteurs. L'étude socio-anthropologique comme outil de changement institutionnel », Collection « Études et travaux », GRET-Kartala, Paris, 2001.
3. Institut de Recherches et d'Applications des Méthodes de développement.

plus petits (solidarité familiale traditionnelle) ou, au contraire, des groupes plus élargis (solidarité villageoise traditionnelle). Ils proposent aussi de compléter la caution solidaire par d'autres formes de garanties, différenciables selon les clients.

Impact plus global

Nous avons étudié l'impact de la microfinance sur les clients des IMF. Plus globalement, observe-t-on une contribution de la microfinance au développement d'une filière (agricole, industrielle), d'une ville, d'une région (niveau méso-économique) ou d'un pays (niveau macro-économique) ?

- **Au niveau méso-économique, la microfinance peut notamment avoir un impact sur le marché foncier et sur le marché du travail.** Sur le marché foncier, la possibilité d'emprunter peut, par exemple, éviter à des paysans de mettre leur terre en métayage par manque de capital pour l'exploiter. Sur le marché du travail, le développement de la microfinance peut permettre aux clients des IMF, eux-mêmes, d'embaucher à leur tour (on parle de « deuxième niveau de distribution du crédit ») ; la microfinance peut également contribuer à modifier les rapports de forces (par exemple, renforcer le pouvoir de négociation des salaires d'ouvriers agricoles, désormais dotés d'autres options que le travail salarié). Des études restent à mener pour analyser plus finement ce type d'impact. Certaines études ont également essayé de mesurer l'impact de la microfinance sur les pratiques informelles préexistantes (tontines, prêteurs informels...). Elles ont notamment montré que **la microfinance ne se substitue pas totalement à ces pratiques informelles**, qui ne disparaissent pas mais s'adaptent – en particulier, leurs taux d'intérêt diminuent. Par exemple, au Cambodge, les clients d'AMRET continuent d'avoir recours à des prêteurs informels en cas d'urgence, en complément des services de microfinance ;
- **D'un point de vue macroéconomique, la microfinance permet d'accroître la bancarisation de la population.** Nous rejoignons le dossier CERISE¹, qui estime que dans certains contextes où 80 % à

1. Dossier thématique réalisé par le Comité d'échange et de réflexion sur les systèmes d'épargne-crédit (CERISE), « Impact et performances sociales » pour le portail francophone de la microfinance (http://www.lamicrofinance.org/resource_centers/impactperf/).

90 % des ménages sont privés de banques, le taux de pénétration de la microfinance peut atteindre jusqu'à 5 ou 10 fois celui des banques. Cependant, on évalue généralement qu'il reste inférieur à 20 % de la population active, les IMF ne couvrant généralement qu'une partie du territoire. On estime que les IMF représentent jusqu'à 5 % de la collecte d'épargne et 10 % du crédit à l'économie dans certains pays. Ces proportions augmentent significativement dans les zones rurales. Dans ces conditions, il est clair que la microfinance contribue modestement mais significativement au financement de l'économie.

Enfin, il est bien évident que la microfinance n'est pas une solution miracle à la question du sous-développement. De ce point de vue, la médiatisation importante de la microfinance, certes utile, est à double tranchant car elle suscite des attentes parfois démesurées¹. En tout état de cause, **la microfinance ne constitue que l'un des éléments à mettre en place dans le cadre de stratégies de développement beaucoup plus larges**, impliquant la mise en œuvre de politiques sociales (de santé et d'éducation), de réformes économiques et politiques, au niveau national (démocratie, bonne gouvernance) ou international, notamment dans l'équité des règles du commerce.

La microfinance, outil de lutte contre la pauvreté ?

Cibler les pauvres : un objectif controversé

Il est essentiel pour une IMF de définir la population cible à qui ses produits sont destinés. Les critères de segmentation de la population sont multiples – par exemple, localisation géographique, niveau de pauvreté des individus clients, niveau de développement des entreprises clientes, appartenance à un groupe spécifique (les femmes, les paysans sans terre, etc.).

1. Isabelle Guérin et Marc Roesch, « Microcrédit, outil fragile », *Le Monde*, 30 novembre 2005.

Nous avons déjà vu que le terme de « microfinance » désigne des initiatives très variées visant des individus ou des entreprises exclues du secteur bancaire traditionnel. Parmi les programmes de microfinance, certains se donnent pour objectif spécifique de toucher des populations pauvres, parfois même « les plus pauvres ». Leurs initiateurs affirment que même des familles démunies peuvent améliorer leur situation grâce à la microfinance, qui est donc, selon eux, un outil de lutte contre la pauvreté.

Cette affirmation controversée soulève plusieurs interrogations :

- Les IMF qui prétendent viser les pauvres les atteignent-elles réellement ou ne font-elles qu'en afficher l'intention afin d'intéresser des bailleurs publics ?
- Le microcrédit est-il un outil adapté aux plus pauvres ? Autrement dit, n'est-il pas risqué d'endetter des familles très pauvres, qui n'auront pas toujours les capacités de développer une activité économique pérenne et subiront une pression forte au remboursement¹ ?
- N'est-il pas plus judicieux de viser un public moins pauvre ou des entreprises de plus fort potentiel, capables d'initier une dynamique économique et des opportunités d'emploi qui bénéficieront indirectement aux pauvres ?
- Mais si la microfinance n'atteint pas les pauvres et offre des opportunités au reste de la population, ne risque-t-elle pas de contribuer à accroître les inégalités et marginaliser davantage les pauvres ?

Comment mesurer le niveau de pauvreté ?

Pour apporter des éléments de réponse, des outils ont été développés, permettant de mesurer le niveau de pauvreté des clients – ce qui implique, au fond, de définir ce que l'on entend par *pauvreté*.

La pauvreté en termes monétaires : les « seuils de pauvreté »

Une vision classique définit *la pauvreté* d'un ménage par l'extrême faiblesse de ses ressources monétaires. La plupart des pays définissent un *seuil de pauvreté*, qui est le niveau de revenu nécessaire dans une zone

1. David Hulme, "Note on the dark side of microfinance", 2000, in *Microfinance, evolution, achievements and challenges*, ITDG Publishing, mars 2004.

donnée pour pouvoir faire face aux besoins absolument essentiels d'un ménage. Tout ménage dont la dépense moyenne est « en dessous du seuil de pauvreté » est dit pauvre.

Une IMF peut donc entreprendre d'évaluer le pourcentage de ses clients dont les revenus sont inférieurs au seuil de pauvreté. L'ONG ACCION, qui appuie des IMF en Amérique du Sud, en Afrique et aux États-Unis (plus d'un million de clients au total) a développé une méthode sur ce principe¹.

***La pauvreté, un phénomène multidimensionnel :
les indices de pauvreté***

De plus en plus, les économistes et sociologues analysent **la pauvreté comme un phénomène multidimensionnel, qui n'affecte pas uniquement les revenus et les biens d'une personne, mais plus globalement ses capacités à mener la vie qu'elle souhaite mener**. Amartya Sen², économiste indien, prix Nobel d'économie en 1998, a largement influencé ce courant de pensée, qui incite à évaluer le niveau de pauvreté d'un individu non seulement en fonction des revenus monétaires, mais aussi en fonction d'autres aspects non financiers – accès aux soins, à l'éducation pour les enfants, liberté au sein du foyer (notamment dans le cas de la femme), possibilité d'expression et de participation politique...

Bien entendu, pour une IMF, il est assez complexe d'évaluer le niveau de pauvreté de ses clients sous tous ces différents aspects. Cela suppose, par exemple, de réaliser des enquêtes auprès des clients sur la base de questionnaires très détaillés, portant sur chacun de ces éléments (revenus, épargne, accès aux soins...). De nombreuses difficultés se posent alors : la nécessité de recruter des enquêteurs compétents, la réticence des clients face à des questions perçues comme intrusives ou complexes, et la difficulté pour les clients eux-mêmes d'évaluer, par exemple, le niveau exact de leurs propres revenus. Enfin, il faudra agréger les résultats obtenus et pouvoir affecter à chaque « aspect » de la pauvreté un poids relatif par rapport aux autres ; faute de quoi, il serait impossible de comparer les clients entre eux.

1. Pour des compléments sur l'outil d'évaluation de la pauvreté, « <http://www.accion.org/insight/> »
2. Lire par exemple Amartya Sen, *Un nouveau modèle économique*, Odile Jacob, 2003.

L'outil d'évaluation de la pauvreté CGAP/IFPRI

Un index de pauvreté destiné à être utilisé par les IMF a été développé par le CGAP (Groupe consultatif d'assistance aux plus pauvres, voir chapitre 15) et l'IFPRI (International Food Policy Research Institute) : l'outil d'évaluation de la pauvreté¹.

C'est un questionnaire de cinq pages adressé à 200 nouveaux clients de l'IMF et 300 non-clients, afin de déterminer le niveau de vie des ménages qui ont accès aux services de l'institution pour la première fois. Il porte sur la composition de la famille, son alimentation, son habitation, les biens qu'elle possède. Ces différents indicateurs sont combinés grâce à une méthode statistique rigoureuse pour construire un index de pauvreté. Sur la base de cet index, une note est affectée à chaque ménage. Plus la note est faible, plus le ménage est pauvre. En comparant les notes des clients à ceux des non-clients, on peut évaluer dans quelle mesure l'IMF touche les pauvres dans la zone où elle intervient.

Cet outil a par exemple été utilisé auprès des clients de l'IMF OTIV à Madagascar² en 1999. L'IMF proposait alors deux produits à ses 22 000 clients :

- Des crédits individuels ne visant pas spécifiquement les clients pauvres ;
- Des crédits solidaires de montants plus petits destinés à des groupes de femmes de familles pauvres.

L'étude a permis de segmenter l'ensemble de la population en trois groupes, du plus pauvre au moins pauvre. Elle a montré que 45 % des clientes du crédit solidaire appartiennent au groupe le plus pauvre, contre seulement 13 % des clients ayant obtenu un crédit individuel.

1. « http://www.cgap.org/docs/TechnicalTool_05_French.pdf ».

2. « <http://www.microfinancegateway.org/poverty/pat/otiv.html> ».

Microfinance et pauvreté : ce que l'on peut dire à ce stade

La majorité des intervenants sont aujourd'hui d'accord sur quelques constats :

- La microfinance n'est pas un outil adapté pour toucher les « *plus pauvres des pauvres* » au sens strict (les indigents), qui manquent du minimum de stabilité nécessaire pour que le recours à des services financiers soit possible et pertinent ;
- Un cran au-dessus des indigents, les *ménages très pauvres* ne sont pas toujours susceptibles de faire fructifier un microcrédit, par manque de moyens financiers, humains et techniques. Leur faire courir le risque de l'endettement n'est pas toujours recommandable, ni pour eux ni pour le prêteur. Ces ménages sont cependant capables d'initiatives économiques. Il existe donc à juste titre des programmes leur proposant des crédits. Ces programmes plus « sociaux » reconnaissent souvent le **besoin d'un accompagnement de leurs « bénéficiaires » par des formations ou des services additionnels, qui nécessitent durablement des subventions.**

L'accès à des **services d'épargne**, en particulier, est reconnu aujourd'hui comme une priorité pour ces ménages très pauvres (voir au chapitre 1, p. 33). La priorité est donc de développer des produits d'épargne flexibles, adaptés à cette population, en milieu urbain comme en milieu rural (voir chapitre 4) ;

- Remontant encore d'un cran, les *ménages non pauvres vulnérables* regroupent des familles qui sont juste en dessous ou juste au-dessus du seuil de pauvreté, mais qu'un simple choc externe suffirait à précipiter dans une pauvreté profonde – par exemple, une maladie, un décès dans la famille, un accident, la perte d'un emploi... Pour eux, en plus de l'épargne, **le microcrédit trouve toute sa pertinence**¹, car ils ont les capacités de réellement développer des micro-entreprises et de rembourser leurs prêts régulièrement. Une étude sur le sujet²,

1. Graham A.N. Wright and Aleke Dondo, "Are you Poor Enough ? Client Selection my Microfinance Institutions", 2001, in *Microfinance, Evolution, Achievements and Challenges*, ITDG Publishing, mars 2004.
 2. David Hulme et Paul Mosley, *Finance Against Poverty*, Routledge, Londres, 1996 ; un résumé est disponible dans la *Focus Note*, n° 5 du CGAP (http://www.cgap.org/docs/FocusNote_05_French.pdf).

portant sur 13 IMF dans 7 pays, a montré dès 1996 que l'impact du microcrédit était, pour les clients se situant au-dessus du seuil de pauvreté, plus fort que pour les clients les plus pauvres ;

- **Ce qui importe en définitive pour une IMF, c'est de définir sa cible et de se donner les moyens de l'atteindre réellement.** Il faut être conscient qu'en l'absence d'effort spécifique pour atteindre la clientèle très pauvre, une IMF développera des produits généralistes qui auront plutôt tendance à toucher la clientèle « moyenne », perçue comme moins risquée et à qui l'on peut accorder des prêts plus gros, plus rentables. La question du ciblage est à suivre au cours du temps, car même les institutions ayant initialement l'objectif de toucher une clientèle pauvre dérivent fréquemment vers le segment supérieur du marché (voir chapitre 11) ;
- Enfin, **la microfinance est aussi un instrument indirect de lutte contre la pauvreté**, dans le sens où les individus non pauvres et les entreprises qui bénéficient d'opportunités de croissance grâce au microcrédit peuvent par la suite créer des opportunités économiques pour les pauvres (emploi, travail en sous-traitance).

La difficulté de mesurer l'impact sur les clients

Mener une étude d'impact est un exercice ardu du point de vue méthodologique. En effet, la mesure de l'impact pose plusieurs difficultés, dont les deux principales sont l'attribution de l'impact et la fongibilité du crédit.

L'attribution de l'impact¹

Dans quelle mesure une amélioration de la situation d'un client est-elle réellement imputable au crédit accordé par l'IMF ? Par exemple, si un client donné s'est enrichi au cours d'une année, cela peut être dû à de multiples facteurs externes : la vente d'une terre, un héritage, l'accès d'un membre de sa famille à un travail salarié, etc.

1. Beatriz Armendariz de Aghion et Jonathan Morduch, *The economics of microfinance*, MIT Press, 2005.

Ces facteurs individuels peuvent être neutralisés en raisonnant sur des moyennes tirées d'échantillons suffisamment larges. En effet, si certains clients peuvent avoir bénéficié d'événements heureux durant la période, d'autres auront connu des événements néfastes, et ces aléas individuels se compenseront en moyenne.

Cependant, il ne suffit pas d'observer une amélioration de la situation moyenne des clients pour en conclure que cette amélioration est imputable aux services de microfinance. L'amélioration pourrait être due à une croissance économique forte pendant la période ou à une pluviométrie favorable dans les zones agricoles... Il faut donc isoler l'impact de la microfinance par rapport à divers facteurs externes. Pour cela, on emploie en général une méthode spécifique : on constitue un groupe témoin d'habitants de la même zone et de même situation initiale, qui ne recourent pas aux services de l'IMF. On ne pourra conclure à un impact réel de la microfinance que si l'amélioration de la situation des clients de l'IMF est plus forte que l'amélioration de la situation de ceux qui ne sont pas clients.

Cependant, cette comparaison nécessaire n'est pas suffisante. En effet, que conclure si l'on observe, par exemple, que les clients se sont enrichis plus vite que les non-clients ? Cela pourrait signifier que les clients se sont enrichis plus vite que les non-clients parce qu'ils ont emprunté auprès de l'IMF. Mais cela pourrait aussi signifier, à l'inverse, que les clients ont emprunté parce qu'ils avaient, avant même l'intervention de l'IMF, des capacités que les autres n'avaient pas – on parle de causalité inverse. Ces capacités étant souvent non quantifiables (par exemple, l'esprit entrepreneurial de l'emprunteur), il est très difficile d'isoler économétriquement leur effet.

Pour dépasser ces difficultés méthodologiques, les études d'impact doivent être menées avec une très grande rigueur. Elles supposent de rassembler des données bien précises et d'employer des méthodes économétriques pointues, dont l'exposé dépasse le cadre de cet ouvrage. Nous en présentons un exemple dans l'encadré ci-après.

Il faut souligner que l'ensemble des études d'impact mentionnées plus haut ont suivi des méthodes rigoureuses permettant de répondre à plusieurs de ces difficultés. On ne peut certes pas les considérer comme des démonstrations « scientifiques » (qui sont toujours rares en sciences sociales) ; néanmoins, leurs efforts de rigueur apparaissent suffisants

pour que l'on puisse dire qu'elles étayent et accréditent fortement l'idée d'un impact positif significatif.

Méthode de mesure d'impact chez ADéFi¹ (ACEP Madagascar)

Une étude d'impact menée en 2004 sur l'IMF ADéFi (ACEP Madagascar) éclaire utilement le traitement de cette difficulté méthodologique². ADéFi est une IMF basée à Antananarivo, créée en 1995 par l'opérateur ACEP Développement. L'étude porte sur l'activité de crédits d'un montant moyen de l'ordre de 700 euros à de « très petites entreprises » (TPE), n'ayant pas accès aux banques (environ 6 000 emprunteurs en 2005).

La méthode retenue consiste à comparer un échantillon d'emprunteurs à un échantillon « témoin » de non-emprunteurs, avec un procédé « d'appariement » : l'étude s'efforce, pour chaque entreprise cliente, de trouver une entreprise non cliente qui était aussi proche d'elle que possible avant l'acte d'emprunter chez ADéFi, et qui, au fond, aurait tout aussi bien pu devenir cliente d'ADéFi. La principale difficulté méthodologique est que, aussi proche que soient les profils des micro-entreprises appariées, il pourrait bien rester une différence initiale entre le groupe de celles qui sont devenues clientes et les autres – par exemple, dans la mentalité du chef d'entreprise. De ce fait, le risque demeure d'imputer au programme des différences qui en fait existaient déjà avant sa réalisation mais ne pouvaient être observées.

Pour dépasser cet obstacle, l'étude a recours à la méthode dite de la « double différence ». Par exemple, pour mesurer l'impact sur le chiffre d'affaires des micro-entreprises, la méthode consiste à :

1. Calculer la différence entre la moyenne du chiffre d'affaires des entreprises clientes *avant* l'action du projet et la moyenne du chiffre d'affaires des entreprises non clientes *avant* l'action du projet ;
2. Calculer la différence entre la moyenne du chiffre d'affaires des entreprises clientes *après* l'action du projet et la moyenne du chiffre d'affaires des entreprises non clientes *après* l'action du projet ;
3. Faire la différence entre ces différences (d'où le nom de méthode de « double différence »).

En procédant ainsi, on limite le risque d'attribuer au crédit des différences qui, en fait, existaient déjà à l'origine, puisque l'on compare un

1. Voir le site Internet de l'IMF (<http://www.adefi.org/>).

2. Flore Gubert et François Roubaud, « Analyser l'impact d'un projet de microfinance : l'exemple d'ADéFi Madagascar, AFD », *Notes et Documents* n° 19, juin 2005.

écart final à un écart initial. Le résultat final (la différence entre l'écart final et l'écart initial) nous dit si les entreprises clientes ont progressé plus vite ou moins vite que les non-clientes, et si cette différence est statistiquement significative.

Les résultats de l'étude montrent que les micro-entreprises clientes sont significativement plus performantes que les non-clientes, mais qu'il n'est pas certain cette différence puisse être totalement attribuée au programme.

La fongibilité du crédit

Une autre difficulté apparaît lorsque l'on veut calculer le taux de rentabilité des investissements réalisés par les micro-entrepreneurs : c'est celle de la *fongibilité* du crédit. Ce terme signifie que le crédit est utilisé dans divers postes d'activités productives et de consommation, à tel point que l'on ne parvient plus à identifier sa destination finale.

Fongibilité du crédit chez les clients d'AMRET

Une étude d'impact réalisée par le GRET, sur AMRET, au Cambodge en 1995-1996¹, illustre le concept de fongibilité.

Un paysan cambodgien a emprunté au mois de juillet pour une durée de six mois. La saison agricole ayant commencé, il affecte le crédit à l'achat d'engrais. Deux mois plus tard, il achète deux porcelets sur ses fonds propres. À première vue, l'étude d'impact devrait porter sur la marge nette dégagée par l'activité rizicole. Or, une discussion avec l'emprunteur mettrait en évidence que si celui-ci n'avait pas eu de crédit, il aurait tout de même acheté l'engrais sur ses fonds propres. En revanche, il aurait manqué de capital pour acheter les porcelets. Le crédit a donc rendu possible l'achat des porcelets, et non de l'engrais. L'évaluation de l'impact économique devrait donc porter sur la marge nette dégagée par l'engraissement des porcs.

Les tentatives de spécifier l'usage de tel ou tel crédit et de mesurer sa rentabilité se heurteront souvent à ce type de difficultés. Ce problème

1. Pascal Bouso, Pierre Daubert, Nathalie Gauthier, Martin Parent et Cécile Zieglé, *L'impact microéconomique du crédit rural au Cambodge*, Collection « Études et travaux », GRET 1997.

se pose surtout pour les petits crédits ; pour des montants plus importants, un investissement déterminé peut être plus facilement identifié.

Mesurer la satisfaction des clients

Au cours des années 1990, les études complexes d'évaluation de l'impact ont été de plus en plus délaissées. Les raisons de cette désaffection sont multiples :

- ▀ Les études effectuées ont apporté suffisamment d'éléments pour crédibiliser l'idée que la microfinance a un impact significatif, rendant moins nécessaire l'entreprise de nouvelles études ;
- ▀ La priorité donnée par les bailleurs de fonds est la pérennisation des IMF qui, plus que l'approfondissement de l'impact, implique croissance du nombre d'emprunteurs et renforcement des organisations prêteuses. Dans ce contexte, une conviction s'est ancrée : le nombre croissant de clients et la qualité des taux de remboursement sont par eux-mêmes une démonstration du fait que les clients sont satisfaits et donc que l'impact est positif ;
- ▀ Enfin, les dirigeants des IMF s'approprièrent peu ces études coûteuses, souvent commanditées par les bailleurs de fonds et logiquement menées par des consultants externes (du fait des compétences nécessaires et du besoin d'objectivité de l'exercice). De ce fait, les études d'évaluation de l'impact aboutissaient généralement à peu de recommandations opérationnelles susceptibles d'améliorer les pratiques.

Un changement d'objectif

Depuis la fin des années 1990, les études visant à prouver l'impact de la microfinance ont cédé la place à des études visant à améliorer les services grâce à une meilleure connaissance des besoins de la clientèle, ce que l'on peut formuler en anglais comme le passage d'une démarche de type *prove* (prouver) à une démarche de type *improve* (améliorer)¹.

1. David Hulme, "Impact Assessment Methodologies for Microfinance : Theory, Experience and Better Practice", *World Development*, vol. 28, n° 1.

Ce changement s'est produit lorsque les IMF avaient atteint un stade suffisant de maturité et de maîtrise des aspects techniques pour pouvoir se permettre d'engager une réflexion sur la pertinence de leurs services et sur les innovations possibles. Cette réflexion a, de plus, été rendue nécessaire par le constat que certaines IMF perdaient de plus en plus de clients, en particulier en Amérique du Sud et en Afrique de l'Est¹ : les clients s'adressaient à l'organisation pour y recevoir un ou deux prêts, les remboursaient, puis se retiraient. Plusieurs explications étaient envisagées :

- ▀ L'inadaptation des services proposés par rapport à leurs besoins récurrents (en particulier, l'absence de produits d'épargne) ;
- ▀ La concurrence croissante entre IMF sur certaines zones, donnant la possibilité à chaque client de passer de l'une à l'autre, et obligeant chacune à proposer des produits mieux adaptés pour satisfaire ses clients.

Pour mieux comprendre la demande des clients et concevoir des produits plus adaptés, des études de clientèle ont été menées. On peut les comparer aux études marketing que mènent les entreprises. Ces études sont le plus souvent initiées par les IMF elles-mêmes, avec une forte attente de retombées opérationnelles – jusqu'à en faire un véritable outil de pilotage. Elles sont marquées par la recherche d'un équilibre entre rigueur analytique et pragmatisme.

Ainsi, après une période où la priorité était la croissance des IMF et leur pérennisation, le secteur a en quelque sorte découvert **l'impératif de mettre le client au centre de ses préoccupations** et de ne pas se contenter de lui proposer des produits standards. Cette prise de conscience salutaire, loin de miner l'objectif de renforcement des IMF, y contribue au contraire puisqu'elle permet de fidéliser la clientèle.

1. Imran Matin et Brigit Helms, « Institutions de microfinance en Afrique de l'Est : pourquoi des clients en sortent et d'autres n'y entrent pas ? », MicroSave Africa, 2000 (http://www.lamicrofinance.org/files/14740_FocusNote_16_French.pdf).

Des outils simples pour mieux connaître les clients¹

Des méthodes simples et facilement adaptables ont été développées pour mieux comprendre la clientèle – à l’initiative notamment d’organisations comme MicroSave Africa et du programme AIMS².

Études de marché

De nombreuses études ont jugé utile de s’appuyer sur un outil développé par MicroSave Africa pour réaliser des études de marché en microfinance³. La méthode vise à mieux comprendre la demande des ménages, leurs contraintes et la perception qu’ils ont de l’IMF. La recherche est essentiellement qualitative. Elle donne lieu à des discussions de groupe orientées par des guides d’entretien préalablement établis et à des diagnostics participatifs, grâce auxquels les clients interrogés analysent eux-mêmes des données sur leur gestion de l’argent. La préparation des guides de discussion et la compétence des modérateurs sont essentielles à la réussite de l’exercice.

Les thèmes sont aussi divers que les sources de revenus et leur saisonnalité, les conditions locales d’accès aux services financiers, la hiérarchisation des avantages importants attendus d’un service financier et le niveau de satisfaction par rapport à l’offre proposée par l’IMF...

L’analyse de ces discussions permet de mieux adapter les produits financiers proposés et de positionner l’IMF vis-à-vis de la concurrence. Le fait d’associer des clients et, le plus souvent, des salariés à cette étude permet en outre d’accroître le sentiment des uns et des autres de participer à l’orientation de l’organisation, et donc leur attachement à sa

1. L’ensemble de cette section s’appuie sur le travail du groupe CERISE, *Dossier thématique. Impact et Performances sociales* (<http://cerise-microfinance.org/publication/impact.htm>).
2. Assessing the Impact of Microenterprise Services (AIMS) : programme développé de 1995 à 2001 par la coopération américaine (USAID) pour définir, en coopération avec des praticiens – réseau SEEP – et des chercheurs, des méthodes et outils d’analyse d’impact plus opérationnels. Les résultats et outils de AIMS ont été publiés : voir Monique Cohen, *Connaître la clientèle des IMF. Outils d’analyse pour les praticiens de la microfinance*, USAID/AIMS, septembre 2001 (téléchargeable : « http://www.lamicrofinance.org/files/14589_Connaîtreclienteledeles_IMF.pdf »)
3. Graham A.N. Wright, David Cracknell et Leonard K. Mutesasira, « Marketing stratégique pour les institutions de microfinance », accessible depuis le site « <http://www.microsave.org> ».

réussite. Il permet aussi, incidemment, de repérer des cas où les règles sont mal appliquées par les équipes ou mal communiquées aux clients.

Satisfaction de la clientèle et abandons de clients

Le programme AIMS a développé des méthodes permettant d'analyser la satisfaction de la clientèle, l'utilisation que les clients font de leurs prêts ou encore les raisons des *abandons de clients* (c'est-à-dire les cas où les clients ne renouvellent pas leurs prêts)¹. Tout comme les enquêtes de MicroSave Africa, ces méthodes privilégient l'information qualitative récoltée auprès de groupes de clients, de non-clients et d'anciens clients.

Étude de la clientèle d'AMRET

Une « étude de clientèle »² a été menée en 2003 à la demande de l'IMF AMRET elle-même. Deux points essentiels sont abordés :

- Les abandons de clientèle et leurs causes. À la fin de chaque cycle, 10 % des clients environ choisissent de ne pas réemprunter – ils reprendront éventuellement quelque temps plus tard. En moyenne, le nombre de crédits pris par un client avant de se retirer du système est de 2,8. La première cause de sortie est le fait de ne plus avoir besoin de crédit (35 %). Les autres raisons majeures sont le manque de perspectives de l'activité économique engagée (24 %) et une insatisfaction liée aux modalités d'octroi des crédits chez AMRET (18 %) – mais seulement 6 % des anciens clients déclarent avoir trouvé un meilleur prêteur, formel ou informel ;
- Les suggestions des clients pour améliorer les services :
 - proposer des crédits individuels,
 - alléger les procédures d'octroi de prêts,
 - augmenter le montant des prêts,
 - offrir plus de flexibilité sur les délais de remboursement,
 - offrir aux clients fidèles des ristournes sur les taux d'intérêt.

1. Monique Cohen, « Comment évaluer l'impact sur la vie des clients », accessible depuis le site <http://www.microcreditsummit.org>.

2. Lamya Benkirane, « Étude de suivi de clientèle EMT », EMT, mai 2003.