

Commercialisation et dérive de mission : le cas de l'Amérique latine

BIM n° 89 - 31 octobre 2000
Karin BARLET

Cette semaine nous vous proposons un aperçu de l'étude de R. P. Christen intitulée « Commercialisation et dérive de la mission des IMF : la transformation de la microfinance en Amérique latine ». Cette synthèse se base sur une première version de l'étude mise en ligne sur le site du CGAP (une nouvelle version est en préparation).

Cette étude nous semble intéressante sous deux angles :

- Par rapport à la discussion qui vient d'avoir lieu cette semaine sur le rôle des ONG dans la microfinance, il nous semble que le cas de l'Amérique Latine montre bien le rôle de défrichage méthodologique des ONG dans le secteur. Dans les pays mentionnés par Christen, soit les ONG ont pu effectivement se transformer en structures bancaires formelles (ce qui montre bien qu'un changement de métier est possible moyennant peut-être un changement de personnes au sein de l'institution), soit ce sont les banques qui sont allées vers le marché de la microfinance mais en s'appuyant sur le travail préalable des ONG.
- Plus largement, Christen reprend ici un thème d'actualité auquel sont confrontées la plupart des IMF. La commercialisation entraîne-t-elle une dérive de la mission initiale des IMF, qui est de « fournir des services financiers aux exclus du système bancaire » ? Christen donne dans son étude quelques éléments de réponse mais il nous semble que la discussion gagnerait à être alimentée par quelques exemples concrets. A ce sujet un point important nous semble intéressant à discuter, même s'il n'est pas abordé spécifiquement dans le texte de Christen. Les IMF vont vers une diversification et une évolution de leurs produits, sans toujours mesurer si la cible atteinte en bout de course reste conforme aux objectifs initiaux. Lorsque les crédits deviennent suffisamment importants pour être gérés par les banques, les IMF sont-elles prêtes à renoncer à une clientèle qu'elles connaissent bien, ce qui les pousse à définir de nouveaux produits potentiellement concurrents de ceux des banques ? Nous comptons sur vos réactions !

Christen s'appuie sur l'étude du secteur en Amérique latine, terrain privilégié de la commercialisation de la microfinance pour tenter de répondre à la question suivante : le mouvement de pérennisation - et à terme de commercialisation - de la microfinance pousse-t-il les institutions à se positionner sur un segment de marché plus « haut de gamme » que celui où elles se situeraient naturellement ? Les chiffres montrent que le montant moyen des crédits octroyés

par les IMF réglementées est presque trois fois supérieur à celui des ONG de microcrédit non réglementées. Le fait que la taille des crédits soit beaucoup plus élevée dans le cas des institutions réglementées constitue-t-il une évolution naturelle permettant de suivre les besoins de la clientèle de départ, ou faut-il y voir une dérive par rapport à la mission initiale ?

L'auteur entreprend dans un premier temps une description de l'état actuel du secteur dans les pays d'Amérique latine, avec trois constats principaux :

- > Tous les indicateurs montrent clairement que la microfinance en Amérique latine est entrée dans une phase commerciale. La commercialisation a pris plusieurs voies différentes selon les pays (par exemple, migration d'ONG vers le secteur bancaire formel en Bolivie, ou entrée des banques commerciales sur le marché du microcrédit suite aux expérimentations des petites ONG au Chili).
- > Les IMF d'Amérique latine figurent parmi les plus rentables au monde. Le réinvestissement de bénéfices dans leurs fonds propres a permis à de nombreuses institutions de développer leurs activités sans dépendre des contributions directes continues des bailleurs de fonds, et de satisfaire aux conditions assez élevées de fonds propres minimums requises pour se transformer en intermédiaires agréés.
- > En revanche, l'offre de microcrédit aux microentreprises a atteint un seuil de saturation dans les principales zones urbaines de certains pays. Du moins pour les produits de crédit actuellement proposés. En effet la clientèle des IMF est loin d'avoir atteint le nombre de clients potentiels estimé, ce qui corrobore l'idée que les produits existants ne sont pas adaptés ou attractifs. Néanmoins la conception des produits commence à évoluer sous les effets de la concurrence, avec notamment une évolution marquée vers le crédit individuel.

Cette concurrence accrue produit aussi des effets pervers. En Bolivie, il semble que de nombreux clients sont en situation d'emprunt auprès de plusieurs IMF à la fois. D'après les agents de terrain, beaucoup sont surendettés et remboursent un crédit avec un autre. Ce phénomène, associé au contexte de crise économique a peu à peu dégradé la qualité des portefeuilles de crédits dans le secteur tout entier.

Sur la base de ces constats, Christen s'interroge : ce mouvement de commercialisation et de viabilisation du microcrédit en Amérique latine va-t-il ou non à l'encontre du principe d'engagement envers les pauvres ? Pérennité et impact sur la pauvreté sont-ils incompatibles ? Christen ne prétend pas répondre à cette question pour l'Amérique latine dans son étude, mais il fournit quelques éléments pour alimenter le débat.

Les chiffres montrent incontestablement que les IMF réglementées d'Amérique latine proposent à leurs clients des crédits plus élevés que les ONG non réglementées. On pourrait donc en conclure que la dérive par rapport à la mission initiale d'une IMF est une conséquence inévitable de la viabilisation commerciale.

L'auteur présente trois contre arguments :

- > Il explique d'abord que le secteur de la microfinance en Amérique latine est fortement bipolarisé. D'un côté se trouvent les IMF établies de longue date dont l'objectif dès le départ était de favoriser l'emploi dans le secteur de la microentreprise urbaine. Face à la très forte demande de crédits des microentreprises, ces institutions ont choisi d'abandonner le statut d'ONG et de se transformer en intermédiaires financiers réglementés pour avoir accès aux ressources du secteur financier. De l'autre côté se trouvent les ONG nouvelles venues, s'inspirant des modèles de banques villageoises et cherchant à faire pratiquer aux

femmes très pauvres une activité économique productive, souvent pour la première fois. Pratiquement toutes sont des ONG non réglementées et elles touchent une clientèle globalement plus pauvre que les institutions de microcrédit de la première génération. La différence dans le montant des crédits entre ces deux types d'institutions s'expliquerait donc par le simple fait qu'elles ont choisi dès le départ des populations cibles différentes. Et non pas par un changement de mission.

- > Deuxième contre argument. L'auteur propose d'examiner l'évolution du solde moyen des crédits des ONG transformées en institutions financières réglementées. Ce montant augmente-t-il d'une façon qui indique que la recherche de profits influence les conditions et le terme des prêts, et donc la sélection du marché cible ? S'appuyant sur les données existantes, il montre que, sauf exceptions notoires (Finamerica ou BancoAdemi par exemple, pour des raisons différentes), la plupart des IMF n'ont pas augmenté la taille de leurs crédits entre 1990 et 1999 au-delà du niveau correspondant à l'évolution naturelle de leur produit et leur groupe cible (les microentreprises clientes se développant grâce aux fonds octroyés font évoluer leur demande de crédit à la hausse).
- > Enfin l'auteur propose une troisième façon d'aborder la question de l'effet de la commercialisation sur la mission des IMF, consistant à examiner le comportement des organisations à but lucratif nouvellement entrées sur le marché de la microfinance. Ont-elles choisi de se positionner sur des segments plus élevés du marché ou voient-elles du potentiel sur l'ensemble du spectre ? La comparaison des soldes moyens de crédit des différents types d'institutions montre que (exception faite du Salvador et du Guatemala) les banques traditionnelles sont entrées sur le marché de la microfinance au même niveau que les ONG qui les ont précédées. Pour l'auteur, les banques voient là une bonne opportunité commerciale et la saisissent quel que soit le groupe de clients, et aussi longtemps qu'elle est compatible avec leurs activités principales.

Pour lui, il n'y a donc pas de preuve que la tendance à la commercialisation ait fait dévier les IMF d'Amérique latine de leur mission initiale.

En conclusion, l'auteur rappelle que le microcrédit n'est qu'un outil, et que cet outil permet de satisfaire les besoins de personnes aux motivations et aux intérêts très différents. Ici, des communautés d'entrepreneurs ont vu dans le crédit aux microentreprises un moyen de se développer et de créer des emplois ; là, d'autres ont vu dans le microcrédit un moyen d'intégrer les femmes très pauvres dans l'activité économique et de les aider à renforcer leur rôle dans la société ; aujourd'hui certaines banques centrales considèrent le microcrédit comme un moyen de constituer des réseaux viables d'agences rurales, essentielles pour le maintien de systèmes de paiement nationaux.

En Amérique latine, le microcrédit a été introduit pour diverses raisons, une seule d'entre elles étant de réduire directement la pauvreté. Les premières IMF à mener des activités commerciales ont toujours cherché à servir un groupe cible plus large que celles ayant pour objectif premier la réduction directe de la pauvreté.

Là où les services destinés aux plus pauvres peuvent être conçus de manière à générer des profits, ils seront probablement repris par certains établissements bancaires traditionnels particulièrement bien positionnés. Là où ils ne peuvent pas être rentables, la société devra décider si le profit qu'en tirent les bénéficiaires justifie le recours permanent aux subventions. Selon les termes de Christen, la commercialisation de la microfinance en Amérique latine risque de

creuser le fossé entre ceux qui pensent que les pauvres peuvent être servis de manière rentable et les partisans des services financiers subventionnés. Dans la pratique, la frontière entre ces deux groupes dépendra de la capacité des ONG à concevoir des techniques appropriées afin d'élargir et de renforcer la portée de leurs services au sein de leur groupe cible.

★

★

★

Robert Peck Christen, « Commercialization and Mission Drift: The Transformation of Micro-finance in Latin America », CGAP, mai 2000.