

Premier crédit et fidélité du client

Mardi 26 octobre 2004 Marc Roesch

Dans les rapports d'activités des IMF on trouve presque toujours un graphique présentant l'évolution du nombre d'adhérents ou du nombre de clients en fonction des années. Les rapports d'évaluation comportent aussi ce type d'information. Ce graphique est souvent couplé à un tableau présentant l'évolution des encours de crédit sur la même période. La constante de ces tableaux est de montrer une croissance toujours positive, plus ou moins forte des clients. Par contre la forme de la courbe des encours est souvent plus chahutée. La croissance du nombre de clients n'est pas parallèle à la progression des encours. De fait, qui a-t-il derrière ce nombre de clients ou d'adhérents ? Combien prennent effectivement et régulièrement du crédit ?

Lors de deux études que nous avons menées sur les membres d'un réseau de caisses mutuelles dans un pays du sud de l'équateur (étude sur 15 caisses effectuée en 2003) et plus récemment sur les clients d'une IMF qui ont pris du crédit « embouche » (enquête de 2004 dans un pays sahélien), nous avons analysés la « constance » des membres des caisses à prendre du crédit.

Dans les deux cas nous avons relevé les clients qui ont pris le crédit une année donnée, et nous avons regardé si ces clients continuaient à prendre du crédit les années suivantes.

Les résultats de ces deux études sont suffisamment proches pour que l'on s'interroge sur ces chiffres. Le fait qu'on trouve à peu près les mêmes chiffres est-ce le fruit d'une coïncidence ou s'agit-il d'une constante. Pour cette raison je soumets à vos avis les observations que nous avons faites.

Les analyses portent d'un côté sur 15 caisses (6000 adhérents) et de l'autre sur une seule caisse (210 adhérents au crédit embouche).

Comment avons-nous procédé. Supposons qu'en année 2000 une caisse a ouvert ses portes et fait une grosse promotion sur le crédit. Elle a, cette année là, 100 adhérents qui prennent du crédit. On regarde année après année combien, sur ces 100 personnes continuent à prendre du crédit.

Le même suivi a été fait pour ceux qui ont adhéré en 2001 puis 2002, puis 2003 etc. C'est assez simple à faire, les caisses tiennent à jour, pour chaque adhérent, une fiche sur laquelle sont notés tous les crédits. En prenant fiche par fiche nous comptons ceux qui n'ont pas pris de crédit après leur adhésion, ceux qui n'en ont pris qu'un et ont arrêté, ceux qui ont continué à prendre du crédit les années suivantes etc.

Dans le cas des 15 caisses, elles ont démarré entre 1995 et 2001 et, pour la caisse « embouche », elle a démarré l'opération embouche de 2001 à 2004.

Que remarque-t-on :

- Sur 100 emprunteurs au moment du démarrage d'une caisse, 60 et 70 % des emprunteurs prennent un seul crédit et on ne les retrouve plus les années suivantes. Vu les difficultés pour se « désinscrire » d'une caisse, ils restent officiellement adhérents (ils ont toujours une fiche dans leur caisse) et rentrent dans les statistiques des effectifs.
- Quand, les années suivantes, une caisse fait une opération de sensibilisation, on assiste à des adhésions plus nombreuses, et des emprunts, dans les jours, les semaines qui suivent la « sensibilisation ». Mais après cette vague d'adhésion et de prise de crédit on assiste, à nouveau, à 70 % des adhérents qui ne prennent pas de crédit ou s'arrête tout de suite après un crédit.
- Si l'on affine l'analyse on s'aperçoit que dans le cas des « démarrages de caisse » la proportion des « arrêts » de prise de crédit est plus proche de 60 % que dans le cas des opérations de promotion (où l'on se situe plus vers les 70 %). On l'explique par le fait que la population des « adhérents du démarrage » est constituée de deux groupes, les « membres fondateurs » et les « sensibilisés ». Les membres fondateurs semblent plus « fidèles » que les « sensibilisés ».
- Dans la population des adhérents issus des opérations promotionnelles on ne trouve que des « sensibilisés ».

Après le démarrage de la caisse et en dehors des opérations de sensibilisation, les caisses enregistrent des adhésions tout au long de l'année. Parmi ces personnes (ce qu'on pourrait appeler les adhésions ordinaires ou « au fil de l'eau ») 70 à 80 % deviennent des clients réguliers. La « déperdition » est donc beaucoup plus faible.

Ces chiffres sont grosso modo les mêmes dans les deux études, et dans toutes les caisses enquêtées.

Les explications

Nous avons interrogés les gérants de caisse et quelques clients sur les raisons de cette différence de comportement. Elle semble finalement assez simple :

- l'information sur ce qu'est un crédit, ses exigences, son mode de fonctionnement, ce que représente un remboursement, les conséquences des retards au remboursement, toutes ces informations sont assez rapides et sommaires lors du lancement des caisses ou des campagnes de sensibilisation. Les adhérents, suite à ces opérations, font l'expérience d'un crédit sans avoir réellement de références ou sans avoir pris le temps de réfléchir. Le crédit leur permet de tester leur capacité à investir, à gérer leur fonds, à faire face aux échéances de remboursement. Ce dernier point est pour beaucoup une

expérience traumatisante. Dans l'enquête auprès de l'IMF sahélienne 60 % des premiers prêts connaissent un « incident de paiement » (non-paiement à l'échéance qui se termine par un « remboursement à presque 100 % à 3 mois ») alors que cette proportion « d'incident » tombe à 30 % pour les prêts des clients « au fil de l'eau »).

- Les personnes qui adhèrent en dehors de périodes de « promotion » semblent avoir pris le temps de prendre des informations auprès d'autres clients de la caisse, d'avoir mieux réfléchi leur projet d'emprunt et de s'être entouré de conseils.

La question que l'on est amené à se poser est celle de l'utilité des campagnes de sensibilisation ou de la façon dont elles sont conduites. Une opération de crédit qui se passe mal est traumatisante. Elle peut amener des personnes déjà en situation précaire, à accroître cette précarité, à les mettre dans la position de recherche en urgence de l'argent pour rembourser un prêt qui aura été mal pensé (décapitalisation, recours à d'autres emprunts ...).

Elle est traumatisante durablement, elle éloigne ces personnes des caisses de crédit et peut même être porteuse d'un témoignage négatif sur le crédit proposé par la caisse. Les relevés effectués montrent que très peu de ceux qui ont arrêté de prendre le crédit après une première expérience, reviennent quelques années plus tard. Dans le cas de la caisse sahélienne où nous avons pu faire une analyse plus fine, seules 7 % des personnes qui ont pris un crédit en 2001 et se sont arrêtées, ont repris un crédit en 2004.

Il est vrai aussi que les campagnes de sensibilisation permettent de recruter plus d'adhérents rapidement, sans attendre un recrutement par le « bouche à oreille ». Les campagnes de recrutement du réseau de mutuelle ont permis d'avoir 20 à 30 adhérents d'un coup (en moyenne pour chacune des caisses de 200 à 400 adhérents après chaque campagne) alors que la croissance par « bouche à oreille » est de l'ordre de 2 à 3 adhésions par mois (4-5 par mois dans la caisse sahélienne).

Est ce que le recrutement d'adhérents en « porte à porte » tout au long de l'année n'est pas plus « payant » en matière de qualité de « clients » ? Mais en même temps n'y a-t-il pas un risque de trop cibler le recrutement sur certains groupes sociaux si l'on fait du porte à porte ?

Une sensibilisation à travers des assemblées de village permet de toucher toutes les couches de la population.

Je vous livre ces réflexions. Si vous avez vous-même des références à ce sujet ou si vous avez des commentaires il serait intéressant que vous nous en fassiez part.

Les données que je vous ai présentées ne sont pas publiées pour l'instant. Je vous signalerais quand elles seront disponibles.

Pour Espacefinance

Marc Roesch

Message de Solène Morvan du 28-10-2004

Bonjour,

Le sujet que vous abordez dans ce BIM me semble vraiment intéressant tant du point de vue opérationnel qu'académique. J'ai moi même réalisé un travail de terrain cette année sur un dispositif de microfinance au Mexique dans un cadre académique et ce que j'ai pu observer est a priori un peu différent même si je n'ai pas mené d'étude aussi fine que la votre sur cet aspect en particulier. Tout d'abord, je dois préciser que ce dispositif de microfinance intervient principalement dans des zones rurales isolées du Mexique mes observations se situent donc dans ce contexte.

Ainsi, j'ai observé une forme d'"abonnement" au crédit qui se manifeste par le fait que même s'ils n'ont pas de projet productif ou de nécessité particulière de liquidité les adhérents ou associés sollicitent un nouveau crédit et cela est notamment plus marquant dans le cadre des groupes de solidarité (les gens qui peuvent prétendre au crédit individuel présentent davantage de garanties et donc peut être ont davantage de possibilités d'emprunter). En effet, les associés craignent qu'en devenant "inactifs" ils perdent le bénéfice de cette source de liquidité sur laquelle ils pourront compter en cas de réelle nécessité. Dans leurs discours le dispositif est une sorte de programme d'appui et l'accès à cette source de liquidité est un privilège qu'il faut tenter de conserver.

En revanche, ce que j'ai observé quantitativement (base de données d'observations individuelles du comportement d'emprunt des membres de plus de 80 groupes de solidarité au cours des différents « cycles » de crédit) et qualitativement lors de différents entretiens avec les associés est que l'augmentation progressive du montant du crédit selon l'historique de paiement de l'individu au sein du groupe de solidarité doit être nuancée comme mécanisme « incitatif » (ce mécanisme appartient aux « dynamic incentives » qui selon la littérature sur la microfinance doivent permettre d'améliorer les taux de remboursement de l'IMF, Besley 1995). Ainsi, la caution solidaire associée à la promesse d'accès à de futurs prêts avec des montants plus élevés a été reconnue comme un facteur clé de la motivation à rembourser : voir à ce sujet Edgcomb, E. & Barton, L. (1998).

Cependant, ce qui semble rejoindre vos conclusions est que statistiquement on observe un effet de seuil à partir d'un certain montant de crédit. La corrélation devient moins forte entre le montant théorique que l'emprunteur peut solliciter (déterminé principalement par son ancienneté et son historique de remboursement dans le dispositif) et le montant réellement emprunté. Je dois indiquer que selon nos observations et entretiens avec le personnel de terrain, le choix du montant réellement emprunté résulte principalement du choix de l'emprunteur et de façon marginale (problèmes importants de remboursement) de l'évaluation réalisée par l'IMF.

Au cours du temps apparaissent des phénomènes d'hétérogénéité des besoins et des capacités au sein des groupes de solidarité (ce que Paxon nomme le « matching problem »). Ainsi, certains membres du groupe voudront emprunter le montant maximum voire davantage et d'autres par crainte de ne pouvoir rembourser des montants qui deviennent importants ou par

absence de nécessité réelle de liquidité ne souhaitent pas emprunter la totalité de la somme à laquelle ils peuvent prétendre après plusieurs crédits remboursés correctement.

Ce phénomène génère également des pratiques de « prêts internes » entre les membres des groupes de solidarité : l'emprunteur qui ne souhaite pas emprunter la somme totale peut l'emprunter quand même au bénéfice d'un autre membre de groupe de solidarité. Cette pratique augmente sensiblement le risque de non remboursement. En effet, j'ai rencontré des personnes qui devaient rembourser plus de 3 ou 4 fois le montant qu'ils avaient officiellement emprunté et sur la base duquel avait été réalisée l'évaluation de la capacité de remboursement. Ces associés se trouvaient le plus souvent en situation de difficulté de remboursement.

Sur le plan opérationnel ce phénomène (ainsi que celui que vous observez) est donc important pour les risques qu'il peut générer et également pour les projections de dévolution de l'activité de crédit des associés de l'IMF.

Voici quelques réflexions rapides, si cela vous intéresse je peux préciser certains aspects ou certaines références bibliographiques.

Cordialement

Solène Morvant