

Perspectives et rôles des ONG en Microfinance

BIM - 05 avril 2005
Renée CHAO-BEROFF

Le BIM d'aujourd'hui présente une contribution de Mme Renée Chao-Beroff sur « les perspectives de la microfinance et le rôle des ONG dans la microfinance de demain ».

Renée Chao Beroff dirige le Département Microfinance de l'ONG CIDR (<http://www.cidr.org>). Elle a été sollicitée en tant que personne ressource par la Commission Européenne lors d'une journée de réflexion sur la politique de microfinance de l'Europe organisée en janvier dernier (EU-Expert Meeting on Microfinance, 27 janvier 2005). Après avoir examiné le point de vue des Etats membres sur les orientations du CGAP en matière de microfinance, la Commission a souhaité avoir le point de vue des ONG sur les perspectives de développement de la microfinance. C'est dans ce cadre que cette contribution a été présentée.

Merci à Renée Chao Beroff pour son accord de diffusion dans le cadre des BIM.

Introduction

Un bref rappel de l'origine de la microfinance, il y a environ vingt cinq ans : les banques, à l'époque, aussi bien les banques publiques (banques de développement) que privées (commerciales) n'offraient pas de services financiers à une très grande majorité de la population des pays du Sud, jugées « non bancables » et non rentables. Pour pallier ce vide, les ONG ont elles même offert des micro crédits à toute une diversité d'exclus du système bancaire, et en particulier aux plus défavorisés d'entre eux : les pauvres, les femmes et les ruraux. En ce faisant, elles ont inventé le concept de la microfinance.

La microfinance a connu une trajectoire remarquable en 25 ans, par la portée considérable qu'elle a eu (60 millions de personnes servies), le taux de croissance soutenu qu'elle a connu durant toutes ces années, mais surtout par l'idée révolutionnaire qu'elle a introduit dans le courant de pensée : en donnant l'accès aux capitaux à des pauvres, ils peuvent devenir des entrepreneurs et se prendre en charge eux même. Avec l'accroissement de la pauvreté et des inégalités de ces dernières décennies, cette idée contenait tous les ingrédients nécessaires pour avoir un impact politique. C'est la raison pour laquelle, nous pouvons constater le nombre de personnalités politiques qui apportent leur soutien à la microfinance et le nombre de banques nationales ou régionales de la solidarité qui fleurissent. Cependant, ce n'est pas uniquement dans le repérage de cette demande spécifique et dans sa traduction en réponse concrète que se situe le génie des acteurs de la microfinance, mais bien dans le savoir faire particulier qu'ils ont su accumuler au contact quotidien avec cette clientèle de micro entrepreneurs pauvres et

qui leur a permis de transformer cette activité au départ sociale en entreprises rentables, qu'ils ont démontré leur professionnalisme et excellence.

Ils ont si bien réussi qu'ils ont démontré aux banques commerciales elles-mêmes que ce secteur pouvait devenir de bonnes affaires sinon en soi, du moins pour rentabiliser des infrastructures déjà mises en place et parfois sous exploitées.

Et voilà qu'en vingt ans, les ONG et praticiens de la microfinance se retrouvent en concurrence avec des banques, publiques et privées. Est-ce un bien ou est-ce un mal ?

Personnellement, en mettant en place, il y a vingt deux ans, les premières institutions de microfinance participatives en Afrique, je n'ai jamais cherché à me substituer aux banques. Bien au contraire, en articulant dès 1986, les CVECA aux banques pour leur refinancement, j'ai toujours considéré que les IMF et les banques étaient complémentaires et devaient travailler ensemble pour réussir le défi difficile de délivrer des services financiers de qualité aux populations pauvres, de façon durable. Alors, si aujourd'hui, les banques sont convaincues que ces populations sont une clientèle solvable et intéressante à servir, je considère que j'y ai bien contribué et je m'en félicite. Et beaucoup d'autres ONG et praticiens sont dans ce même état d'esprit.

Est ce à dire que les ONG ont fait leur temps et n'ont plus de rôle à jouer dans cette microfinance intégrée dans le courant financier dominant ? Ce serait peut-être aller trop vite en besogne et mériterait une analyse plus fine.

Analyse de la demande

On estime que la demande en microfinance se situerait autour de 600 millions voire un milliard de clients encore non servis, soit dix voire vingt fois plus que la portée actuelle.

On dit aussi que seules 10 % ou moins des IMF existantes parviendront à se pérenniser, soit un millier environ. Un rapprochement simpliste entre ces deux chiffres nous permet de constater l'ampleur du défi : centupler les capacités d'intervention actuelles, c'est-à-dire parvenir, pour chaque institution financière, à servir 600 000 clients et plus. L'ampleur de la demande exige, évidemment un changement de régime.

Les IMF créées par des ONG peuvent-elles seules relever ce défi ? Sans doute non. Les banques publiques et privées, pourront-elles et voudront-elles seules relever ce défi ? Il est fort à parier que la réponse est aussi négative, ici aussi.

En terme d'analyse du nombre, ce que tend à corroborer avec les évaluations de niveaux de vie des clients d'IMF réalisées un peu partout dans le monde, les 60 millions de clients servis par les IMF aujourd'hui, sont sans doute le segment de clientèle la plus accessibles : clientèle urbaine, ayant accès à des opportunités de marché, petites entreprises proches du secteur formel, producteurs de produits agricoles d'exportation. Il est probable que les 540 millions de populations non desservies se trouvent dans des segments plus difficiles à toucher et à rentabiliser. Parmi ceux là, se trouvent la très grande majorité de petits agriculteurs de zones de productions vivrières (70 % de la population d'Afrique subsaharienne, 50 % de la population d'Amérique latine et d'Asie), sans compter les zones très reculées et enclavées, telles que les zones pastorales, les zones de montagne et les zones côtières, plus marginalement peuplées en nombre. Parmi eux encore, se trouvent les populations très pauvres des villes, capitales ou secondaires, issues des campagnes, en recherche d'emplois non qualifiés.

Les banques, en s'engageant dans la microfinance, pourront peut-être élargir la portée de ce secteur en direction des petites entreprises urbaines, c'est la tendance naturelle du « downscaling » de ce type d'institutions et c'est une excellente chose. Elles pourront à la limite offrir des microcrédits aux femmes commerçantes sur les marchés urbains, ce qu'elles pourront éventuellement faire en s'inspirant de pratiques d'IMF urbaines et en embauchant du personnel venant de ces institutions. Il ne semble pas que dans l'état actuel des choses, elles aient la volonté d'aller beaucoup plus loin, ni sans doute aussi, la capacité.

Alors de deux choses l'une : soit on considère que bon nombre de ces 540 millions d'exclus du système bancaire réformée n'est pas digne de services financiers et on se concentre sur ceux qui pourront être servis par les banques pour les rendre plus « rentables », et on crée ainsi une deuxième génération d'exclus, les « exclus de la microfinance commerciale », soit on recherche des solutions plus innovantes pour que ce début du 21ème siècle soit celui d'un système financier véritablement inclusif.

Le rôle des ONG dans la microfinance de demain

Le principal atout des ONG dans la microfinance réside dans leur connaissance et leur proximité avec cette clientèle. C'est cette proximité qui a permis aux ONG d'identifier précisément la demande et de savoir la traduire en produits et en services financiers appropriés et supportables par cette population.

La banalisation et la généralisation, ici comme dans d'autres domaines, peuvent être dangereuses car induisant en erreur les non spécialistes : la microfinance n'est pas assimilable à des crédits de consommation offerts par des sociétés de crédit à la consommation, même si pour les deux, il s'agit de procédures simplifiées, de décisions rapides et de remboursements fractionnés et de petits montants. La différence réside dans le fait que la société de crédit à la consommation ne connaît pas bien son client et ne cherche pas à le connaître, ce qui lui importe c'est de lui vendre un crédit et de s'assurer qu'il honorera les échéances quelque soit les conséquences pour lui. L'institution de microfinance, par contre, considère qu'il a une responsabilité sociale vis-à-vis de ses clients et même de sa communauté et considère qu'elle a un engagement moral à atteindre de bonnes performances sociales. Ainsi, la connaissance qu'elle a de ses clients va lui servir à concevoir des produits et des services qui soient adaptés à leurs situations, qui tiendront compte de leurs contraintes et accompagneront leurs stratégies économiques. Elle veillera à ce que le service financier ait un impact maximal sur ses clients, ce qui sera en même temps profitable à son institution, car cela garantira une bonne fidélisation de sa clientèle.

Cette proximité avec la clientèle pauvre et ce souci de coller à leur demande ont amené les ONG à innover constamment. Elles ont innové dans la méthodologie : le crédit solidaire pour pallier le manque de garantie formelle des clients pauvres, la caisse villageoise autogérée pour pallier les surcoûts dus aux distances et aux infrastructures déficientes en milieu rural... ; elles ont innové dans les produits et les services : le micro crédit, la micro épargne, la micro assurance et le micro leasing, les transferts de fonds pour les migrants... ; elles ont innové dans l'organisation et la gouvernance.

Aujourd'hui, les banques qui font de la microfinance, le font en empruntant la méthodologie et les produits aux ONG. Sauront-elles innover elles-même demain ? Sans une proximité avec les clients, peut-on innover ? Les produits connus actuellement seront-ils suffisants pour couvrir la demande d'aujourd'hui et de demain ?

On le voit bien, les ONG auront encore leur place dans le développement de la microfinance de demain :

- > Elles devront appuyer leurs IMF partenaires à relever institutionnellement et financièrement le défi de servir les clients que les banques publiques et privées ne pourront pas servir, ce qui constituera un marché considérable, mais à rentabilité différée,
- > Elles pourront le faire en particulier, grâce à la recherche-développement et l'innovation et dans ce sens, elles poursuivront leurs rôles de pionniers, qui sera toujours nécessaire,
- > Elles pourront aussi aider les banques à réussir leur implantation dans le marché de la microfinance en passant des alliances avec elles, pour systématiser l'intermédiation entre elles et la clientèle des petites entreprises du secteur informel.

Toutes les ONG ne rempliront pas les trois rôles, ce qui les amèneront à définir leurs stratégies et leurs positionnements dans le paysage financier de demain.

Mais ce qui apparaît comme certain, c'est que les ONG qui ne se spécialiseront pas, seront vouées à servir des clients de plus en plus marginalisées, avec un impact incertain.

Les ONG spécialisées vont devoir se restructurer pour obtenir une taille critique en compétences et capacités de recherche et d'innovation et en crédibilité de négociation et d'alliance avec des banques.

Ce seront elles qui auront la capacité à étendre la portée de la microfinance, en consolidant et en accompagnant dans la croissance les IMF pérennes existantes, à créer des IMF dans des secteurs encore non couverts ou à articuler de nouveaux produits et de nouveaux services dans des IMF existantes pour les aider à se diversifier pour toucher des segments de marché encore non couverts.

Elles devront opérer cette transformation sans perdre de vue que leur avantage comparatif est leur connaissance approfondie du public cible et la confiance qu'elles ont gagné auprès de lui par leurs bonnes performances sociales.

En résumé

Les Banques publiques et privées pourront récupérer les 60 millions de clients touchés par la microfinance aujourd'hui et sans doute étendre cette portée à 100 millions.

Les ONG en accompagnant des IMF existantes et en les consolidant, permettront d'éviter que 90 % d'entre elles ne disparaissent ; elles pourront renforcer les capacités institutionnelles de 25 % des IMF (soit +15 % d'IMF maintenues et renforcées) et avec elles accroître la portée des IMF existantes pour toucher 60 millions de clients non couvertes par les Banques.

Enfin, par l'innovation en produits et en services, les ONG pourraient repousser les frontières actuelles de la microfinance et servir encore 40 millions de nouveaux clients.

Au total, avec une consolidation et une ouverture du secteur, ce seront 200 millions de clients pauvres qui seront intégrés dans le système financier, soit le tiers de la demande potentielle, ce qui est un objectif ambitieux mais réalisable si tous les acteurs coopèrent au développement du secteur de la microfinance, sans substitution ni éviction. Le marché de la microfinance se sera considérablement élargi.