

Étude Spéciale

N°5

MARS 2001

COMMERCIALISATION ET DÉRIVE DE LA MISSION DES IMF LA TRANSFORMATION DE LA MICROFINANCE EN AMÉRIQUE LATINE



Si vous désirez recevoir les autres numéros de la série, ou envoyer des commentaires ou contributions, veuillez contacter le CGAP à l'adresse suivante

CGAP
1818 H Street, NW
Washington DC 20433

Tél : 202.473.9594
Fax : 202.522.3744

Courrier électronique :
Cgap@worldbank.org

<http://www.cgap.org>

Introduction

Nulle part la commercialisation de la microfinance n'a progressé plus rapidement qu'en Amérique latine. Il y a encore quelques années, la microfinance était le domaine réservé des organisations non lucratives et des sociétés coopératives. Aujourd'hui, les banques commerciales fournissent 29 pour cent des fonds destinés aux microentreprises. 45 pour cent proviennent des organisations non gouvernementales (ONG) transformées en institutions financières agréées et des autres intermédiaires financiers dotés d'agrèments spécifiques. Pour certains, cette évolution est le signe que la microfinance est entrée dans sa phase finale : la prestation massive de services financiers aux pauvres par des entreprises commerciales.

Ce document traite de l'impact de la commercialisation sur la stratégie et les performances des institutions de microfinance (IMF) en Amérique latine. Il passe en revue les éléments clés de l'approche commerciale de la microfinance et étudie le paysage de la microfinance et ses différents acteurs dans cette région. Il évalue la rentabilité de la microfinance en Amérique latine ainsi que l'impact de la concurrence et les réponses qui y sont faites. L'un des principaux objectifs est d'évaluer les réalisations majeures de la microfinance en Amérique latine, non seulement par rapport à la mission initiale de nombreuses institutions de microfinance—créer des emplois et soutenir l'entrepreneuriat—mais aussi par rapport à la mission de prestation de services financiers à un groupe cible composé des segments les plus pauvres de la population active pauvre. Le fait que le montant moyen des crédits soit beaucoup plus élevé dans le cas des institutions *réglementées* constitue-t-il une évolution naturelle vis-à-vis d'un groupe cible lui-même plus mature, ou faut-il y voir une dérive par rapport à la mission initiale? Les actuelles ONG *non réglementées* ciblent-elles un groupe plus pauvre que les institutions pionnières qui se sont transformées en entités réglementées? L'étude aborde ces questions, ainsi que d'autres points importants, sur la base d'informations récentes relatives à l'Amérique latine, et tente de présenter une sorte d'état du secteur et de ses défis dans la région.

La plupart des informations ont été collectées soit auprès des institutions de microfinance lors de leur participation à la conférence des Banques Commerciales, en septembre 1999 à Salvador au Brésil¹, soit à partir des rapports communiqués par ces institutions aux réseaux auxquels elles appartiennent, soit par contacts directs (voir l'annexe 1 pour la liste des institutions incluses dans l'analyse et dans les données présentées).

Éléments clés d'une approche commerciale

Avant d'examiner le phénomène de commercialisation en Amérique latine, penchons-nous un instant sur les trois principes clés d'une approche commerciale de la microfinance : rentabilité, concurrence et réglementation.

La commercialisation de la microfinance se définit d'abord et avant tout par le niveau des performances financières. En Amérique latine, les institutions de microfinance qui ont adopté une approche commerciale sont non seulement plus rentables que leurs homologues opérant dans d'autres régions en développement, mais aussi dans certains cas plus rentables que les banques commerciales traditionnelles situées dans les mêmes zones qu'elles.

Une fois que les institutions de microfinance ont commencé à gérer leur activité sur une base commerciale, leur environnement est rapidement marqué par la *concurrence*. Les bénéficiaires mêmes dégagés par les ONG pionnières produisent un effet d'entraînement, incitant les autres à suivre leur exemple et à offrir des services similaires. Cela oblige à leur tour les institutions de microfinance à opérer des changements dans la conception et la tarification de leurs produits, dans leurs mécanismes de prestation, ou à modifier d'autres composantes essentielles pour préserver ou augmenter leur part de marché. Dans de nombreux pays d'Amérique latine, les institutions de microfinance se font une rude concurrence pour servir un groupe cible commun. Dans certains pays, il semble que le marché atteigne de ce fait un point de saturation. En Bolivie par exemple, la concurrence est devenue tellement acharnée que les pratiques prédatrices de certaines IMF, associées au surendettement des clients, ont conduit à la dégradation du portefeuille de tous les acteurs présents sur le marché. Ce surendettement n'est pas sans rappeler ce qui s'est passé sur le marché du crédit à la consommation dans les pays plus avancés.

Enfin, l'atteinte de la pérennité étant en Amérique latine une condition préalable à l'obtention d'un agrément, cela laisse supposer que les institutions de microfinance agréées réglementées ont déjà adopté une approche commerciale. Les IMF réglementées sont beaucoup plus pérennes que leurs homologues non réglementées, bien que beaucoup d'entre elles aient commencé en tant qu'organisations non réglementées ou dotées d'agréments spéciaux, clairement ancrées dans le secteur non lucratif.

La commercialisation de la microfinance en Amérique latine

En Amérique latine, la microfinance semble dominée par une approche commerciale, et dans de nombreux pays de la région s'est d'ailleurs développé un véritable marché de la microfinance. Ce phénomène se reflète en premier lieu dans la prolifération des acteurs du secteur. Ce chapitre met en évidence les caractéristiques clés du paysage de la microfinance en Amérique latine et passe en revue les différents types de structures institutionnelles ayant adopté une approche commerciale de la microfinance.

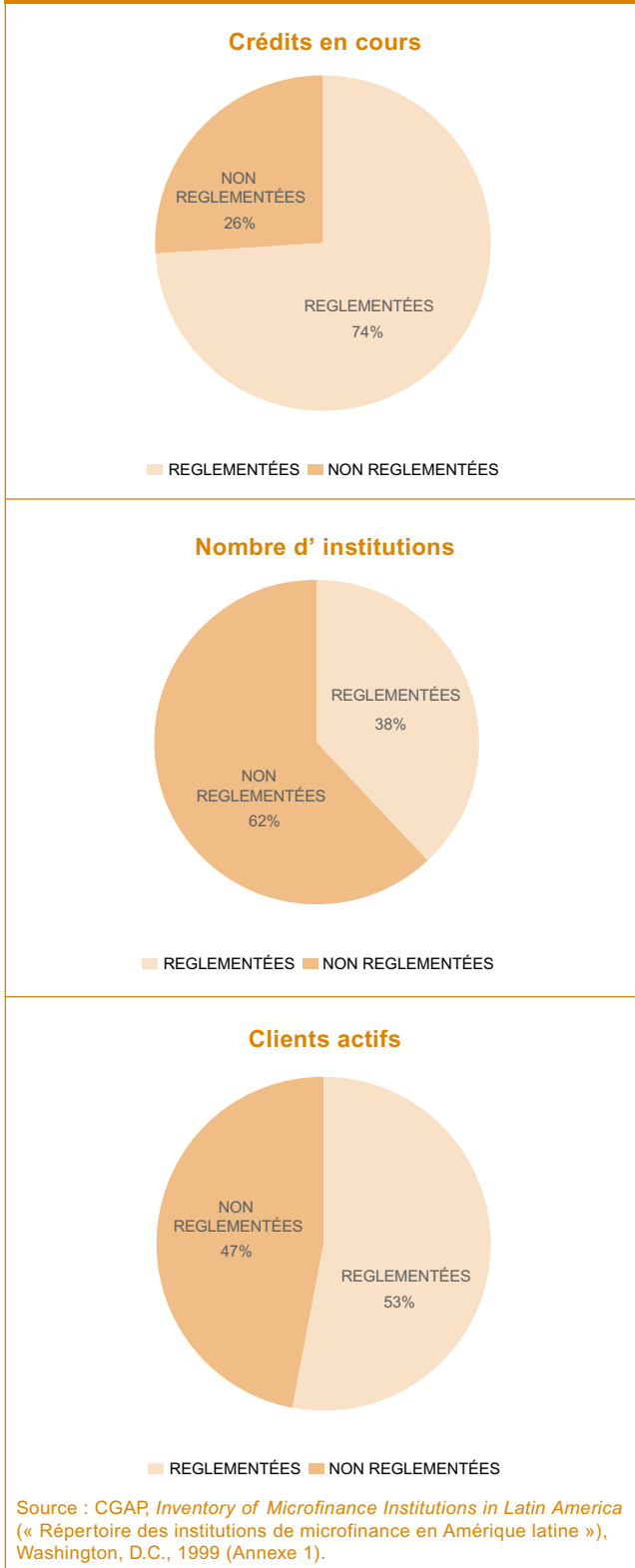
Caractéristiques principales de la microfinance en Amérique latine

La commercialisation de la microfinance en Amérique latine se caractérise par l'importance croissante du rôle des IMF *réglementées* par rapport aux IMF *non réglementées*. Les institutions financières réglementées canalisent actuellement 74 pour cent des fonds octroyés aux microentreprises d'Amérique latine, et touchent 53 pour cent des clients servis (figure 1). Il y a seulement cinq ans, pratiquement aucun de ces clients n'était servi par des entités réglementées.

Le secteur est également caractérisé par une concurrence et une pénétration croissantes du marché. Actuellement, plus de 1,5 million de clients détiennent environ 875 millions de dollars de microcrédits, auprès de quelque 200 institutions de microfinance d'Amérique latine². Dans 13 pays de la région, le microcrédit touche probablement plus de 25 pour cent du marché potentiel, et dans certains pays le taux de pénétration du marché est supérieur à 50 pour cent.

Dans certains grands pays cependant, le secteur de la microfinance n'est quasiment pas développé. Si les institutions de microfinance d'Amérique latine ont très bien réussi à pénétrer les petits marchés du crédit aux microentreprises, elles ont complètement échoué sur les grands, où vivent la plupart des pauvres de la région (figure 2). Sur les 10 millions au moins de clients potentiels de microcrédit, presque 7 millions vivent dans des pays où les meilleures pratiques en microcrédit sont quasiment inconnues—Argentine, Brésil, Mexique, Uruguay et Venezuela (moins de 150 000 clients sont desservis dans ces pays). À l'exception de l'Uruguay, ce sont tous des grands pays. 2,5 autres millions vivent dans des pays où le secteur de la microfinance a commencé à se développer de manière significative—

Figure 1 : Répartition des institutions réglementées et non réglementées sur le marché de la microfinance en Amérique latine, 1999



Chili, Colombie, Costa Rica, République dominicaine, Equateur, Guatemala, Paraguay et Pérou. Seuls 600 000 clients potentiels vivent dans des zones où la microfinance touche au moins la moitié de son marché. En d'autres termes, il ressort que 90 pour cent des clients actuels de microcrédits en Amérique latine vivent dans des pays qui ne représentent que 31 pour cent de la demande potentielle.

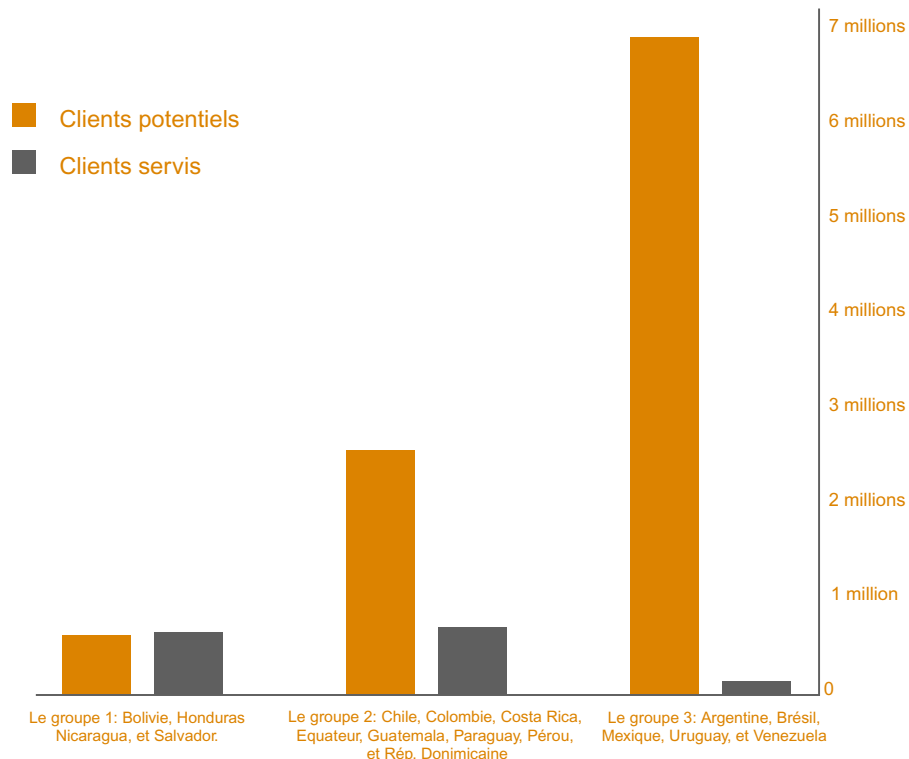
Qu'est-ce qui explique cette répartition inégale de la microfinance en Amérique latine? L'une des raisons est le manque d'ONG crédibles sur les grands marchés. Bien qu'il y ait un petit nombre d'ONG notables au Brésil et au Mexique, elles n'ont pas eu le même effet de démonstration que dans la plupart des autres pays de la région. Pour différentes raisons, les ONG n'ont pas proliféré, ni frappé l'imagination des banques sur les marchés plus étendus de la région, si l'on excepte le cas très récent de Banco do Nordeste au Brésil.

Il est également possible que les institutions bancaires spécialisées en microfinance rencontrent de tels obstacles pour entrer sur ces grands marchés, qu'elles les jugent insurmontables. A mesure que les systèmes bancaires se développent dans ces pays, notamment en terme de crédit à la consommation, les arguments plaçant en faveur du développement d'institutions spécialisées ont tendance à se raréfier. Le modèle chilien nous enseigne peut-être que le microcrédit a vocation à être absorbé par les institutions bancaires commerciales et à s'intégrer dans une gamme commerciale comme un produit supplémentaire, conçu pour toucher les clients à revenus faibles et assez faibles.

Typologie de la microfinance commerciale en Amérique latine

En Amérique latine, la commercialisation de la microfinance a pris plusieurs voies différentes. Cette section présente une typologie des différentes structures institutionnelles opérant en microfinance sur une base commerciale, et se trouvant par conséquent en situation de concurrence. Comme on le voit dans le tableau 1, ces institutions peuvent se classer en deux principales catégories : les IMF réglementées et les IMF non réglementées.

Figure 2 : Répartition de l'offre et de la demande de microcrédit en Amérique latine, troisième trimestre 1999



Source : CGAP, *Inventory of Microfinance Institutions in Latin America* (« Répertoire des institutions de microfinance en Amérique latine »), Washington, D.C., 1999 (annexe 1).

Institutions de microfinance réglementées

Pour les besoins de ce document, les institutions de microfinance réglementées ont été classées en trois groupes : les ONG de microcrédit transformées, les institutions de microfinance dotées d'un agrément spécial, et les banques commerciales traditionnelles.

ONG de microcrédit transformées

Le premier groupe est composé d'ONG financières qui se sont transformées en institutions de microfinance agréées, obtenant le même statut juridique que les banques ou sociétés financières traditionnelles. Les ONG de microcrédit ainsi transformées servent 186 331 clients. Ce modèle a été suivi en Bolivie, où le microcrédit est né dans le milieu des ONG. A mesure que les ONG financières se sont développées, elles ont vu un avenir possible pour elles dans le secteur financier formel. Prodem a été la première à suivre

cette voie, sollicitant et obtenant un agrément bancaire (Bancosol) en 1993. Plus tard, Finansol a été formé par Corposol en Colombie, et Financiera Calpía par AMPES au Salvador. Au Pérou, MiBanco a récemment été créé par Acción Comunitario del Perú. Toutes ces institutions se sont servies de dispositions d'agrément préexistantes relatives aux banques ou aux sociétés financières.

Institutions de microfinance dotées d'agréments spécifiques

Le deuxième groupe d'institutions réglementées se compose d'ONG qui se sont transformées en institutions de microfinance spécialement agréées, en coopératives de crédit ou en intermédiaires non bancaires locaux municipaux appelés « cajas ». Elles se distinguent du premier groupe dans la mesure où l'agrément qu'elles ont reçu s'inscrit dans un cadre législatif spécifique à la microfinance (co-

Tableau 1 : Institutions menant des activités de microfinance en Amérique latine

| Amérique latine | Nombre d'institutions | Nombre de clients | Encours de crédits | Solde de crédit moyen | Pourcentage du PIB par habitant |
|-------------------------|-----------------------|-------------------|--------------------|-----------------------|---------------------------------|
| Réglementées | 77 | 807 783 | 648 564 701 | 803 | 49,0 |
| Agrément spécial | 21 | 284 218 | 225 771 171 | 794 | 49,0 |
| Transformées | 31 | 186 331 | 170 201 772 | 913 | 71,0 |
| Commerciales | 25 | 337 234 | 252 591 758 | 749 | 49,0 |
| Non réglementées | 128 | 711 955 | 228 962 203 | 322 | 24,0 |
| Total | 205 | 1 519 738 | 877 526 904 | 577 | 34,0 |

opératives de crédit ou *cajas*), et non dans la loi bancaire générale. Ce groupe sert 284 218 clients.

En Bolivie, après l'obtention par Prodem d'un agrément bancaire, d'autres ONG de microcrédit ont sollicité avec succès un agrément spécifique les autorisant à opérer et à accéder aux ressources de la banque centrale. Au Pérou, les institutions de microfinance les plus importantes sont les *cajas municipales*, des intermédiaires financiers locaux spécialement mis en place pour collecter les dépôts. Elles ont dès le départ été inscrites dans le secteur financier non bancaire et soumises à la réglementation et supervision. Depuis, le gouvernement a établi un autre agrément non bancaire pour imposer aux ONG financières un cadre réglementaire. Au Pérou, la commercialisation s'est donc accompagnée d'une composante plus coercitive que dans les autres pays de la région.

Coopératives de crédit. Dans ce document, les membres des coopératives de crédit sont généralement exclus du total des clients servis et leurs activités ne sont pas prises en compte dans les montants de crédit présentés. Cependant, les différences entre coopératives de crédit et institutions de microfinance ne sont finalement pas si nombreuses. Certaines d'entre elles se sont ralliées aux méthodologies de crédit adoptées par la communauté de la microfinance. Plus important encore, la majorité des coopératives de crédit ont un nombre significatif de membres qui pourraient être classés comme microentrepreneurs ou comme membres des mêmes communautés à faible revenu que ciblent les

programmes de microcrédit. Le degré de recoupement entre les institutions de microfinance et les coopératives de crédit n'est pas facile à déterminer et nécessite des études approfondies. Les coopératives sont plutôt implantées dans les zones rurales et les institutions de microfinance dans les zones urbaines. Les études menées par wooccu (World Council of Credit Unions) en Equateur, au Salvador et au Nicaragua révèlent que 25 à 60 pour cent des membres des coopératives de crédit peuvent être classés comme pauvres. wooccu approfondit actuellement cette recherche dans le cadre de son action visant à aider les coopératives de crédit dans leurs stratégies de marketing. A partir des données d'une étude portant sur 58 coopératives de crédit de Bolivie, du Guatemala et du Honduras, des chercheurs ont constaté que 15 pour cent des crédits de ces institutions étaient accordés à des entreprises agricoles et 25 pour cent à des entreprises non agricoles³. Les études menées en Equateur, au Salvador et au Nicaragua montrent quant à elles que pratiquement toutes les entreprises bénéficiant de prêts des coopératives de crédit peuvent être classées comme microentreprises du fait qu'elles emploient moins de cinq personnes.

Banques et sociétés financières traditionnelles

Le troisième et plus grand groupe d'institutions réglementées se compose des banques et sociétés financières qui servent au total 337 234 clients. Cette catégorie est dominée par les banques qui voient dans le microcrédit une

source supplémentaire de bénéfices, bien qu'on y trouve de nombreuses institutions traditionnellement considérées comme orientées vers le développement, comme Banco del Estado au Chili, Banco do Nordeste au Brésil et Banco del Pacífico en Equateur.

L'entrée des banques commerciales sur le marché de la microfinance est une caractéristique distinctive clé de la concurrence en Amérique latine. Non seulement les ONG de microfinance se trouvent en concurrence les unes avec les autres, mais elles sont également concurrencées par le secteur bancaire formel, traditionnellement considéré comme un secteur distinct, ne représentant donc aucune menace pour les ONG de microcrédit. Attirées par la promesse d'un vaste marché et par les rendements élevés atteints par les ONG de microfinance pionnières, de plus en plus de banques traditionnelles et d'institutions non bancaires ciblent la même clientèle que les institutions de microfinance. Les techniques de microcrédit semblent être reprises par les établissements bancaires associées à une stratégie commerciale clé, comme l'illustrent les dépôts d'épargne sur livret. Au Chili, Banco del Estado est la caisse d'épargne nationale. Banco Santander au Chili et les sociétés financières de Bolivie et du Paraguay octroient toutes du crédit à la consommation aux classes salariées inférieures et moyennes. Banco de Desarrollo au Chili, Banco do Nordeste au Brésil, Banco Económico en Bolivie et Banco Solidario en Equateur font du service aux petites et microentreprises une stratégie commerciale clé.

A l'intérieur de cette troisième grande catégorie, il est possible de distinguer deux sous-groupes différents :

■ *Les banques commerciales qui ont identifié le secteur de la microfinance comme une nouvelle niche de marché et intégré la microfinance dans leurs activités.* Au Chili, où cette approche est la plus répandue, le microcrédit a d'abord été instauré par les petites ONG. Mais aucune d'entre elles n'a atteint l'échelle et l'importance de la plupart de leurs homologues boliviens. A l'inverse, le gouvernement chilien a directement subventionné l'entrée des banques commerciales sur le marché du microcrédit, mettant aux enchères une petite subvention forfaitaire pour chaque crédit octroyé par la banque, celle-ci prenant en charge les financements et les risques liés au crédit. Ce programme a

connu un succès assez important. Aujourd'hui, trois grandes banques offrent du crédit à près de 70 000 microentrepreneurs. Les ONG ont dans leur majorité abandonné le marché du crédit, bien que beaucoup de leurs anciens employés soient aujourd'hui en poste dans les activités de microcrédit des banques commerciales. Ces activités ne représentent cependant jamais une part conséquente des bénéfices nets des banques. Le marché est simplement trop petit et les banques trop grosses.

■ *Les sociétés de crédit à la consommation.* Dans certains pays de la région, le crédit à la consommation commence à recouper le secteur de la microfinance et à menacer la position concurrentielle des institutions de microfinance. Le crédit à la consommation fait preuve d'un potentiel de croissance plus dynamique que le crédit aux microentreprises, constat que les institutions de microfinance auraient tout intérêt à prendre en compte, si ce n'est pas déjà fait. Les sociétés de crédit à la consommation offrent des produits beaucoup plus polyvalents que ceux des IMF traditionnelles. Au Chili, au cours des dix années nécessaires aux institutions de microfinance pour constituer un portefeuille de 83 000 clients, sept sociétés de crédit à la consommation ont généré un portefeuille global de près d'un milliard de dollars correspondant à 2,8 millions de clients de crédits à la consommation (représentant environ la moitié de la main d'œuvre)⁴. Dans d'autres pays d'Amérique latine, notamment l'Argentine, le Brésil, la Colombie et le Mexique, l'octroi de crédits à la consommation à la population salariée est l'une des activités les plus florissantes du secteur financier. Au Chili, l'une des grandes banques du pays gère ses activités de crédit aux microentreprises par l'intermédiaire de son département de crédit à la consommation. Au Paraguay, ce sont les petites sociétés financières qui ont dominé la commercialisation du microcrédit. Alors que le microcrédit a été initié dans le pays par une organisation non lucrative (Fupacodes), il s'est développé quasi exclusivement à travers le programme de crédit global soutenu par la Banque interaméricaine de développement, dont les fonds étaient canalisés via la banque centrale pour être redistribués sous forme de crédits. Le projet de la BIAD prévoyait aussi une assistance technique et une contribution directe aux coûts de fonctionnement. Le mi-

crocrédit est compatible avec l'activité principale des sociétés de crédit à la consommation paraguayennes et représente une part substantielle de leur résultat net. Au Paraguay, plusieurs sociétés financières dont la principale activité est le crédit à la consommation proposent également du crédit aux microentreprises. Dans de nombreux pays, la distinction entre crédit aux microentreprises et crédit à la consommation est de plus en plus floue du fait que les produits sont offerts par le même personnel dans le cadre de la même structure.

L'anecdote qui suit est révélatrice du degré de recouvrement des deux domaines. Une ONG cherchant à travailler dans les quartiers pauvres de Rio de Janeiro s'est rendue compte que les ménages de microentrepreneurs étaient déjà endettés auprès de sociétés de crédit à la consommation, bien que ces dernières n'aient jamais développé explicitement de produit de crédit aux microentreprises. Au Chili, où les systèmes d'information financière relatifs au crédit à la consommation sont plus avancés, le personnel de Banco del Estado rapporte que 30 pour cent des demandeurs de prêt ont déjà contracté des crédits personnels auprès de banques et de sociétés financières. Si 30 pour cent des microentrepreneurs solvables, estimés à 300 000 au Chili, ont accès au crédit à la consommation, cela signifie que 100 000 microentreprises bénéficient probablement de ce type de crédit—contre 83 000 qui reçoivent des crédits spécifiquement destinés aux microentreprises. La plupart des pays d'Amérique latine n'ont pas encore atteint ce point, mais le degré de recouvrement est suffisamment significatif pour inciter les institutions de microfinance à prendre sérieusement en compte cet aspect de la concurrence.

Institutions de microfinance non réglementées

Si la commercialisation de la microfinance en Amérique latine a été principalement le fait d'institutions *réglementées*, ce n'est pas le cas partout. Les institutions de microfinance non réglementées ou ONG représentent toujours environ un quart des fonds alloués aux microentreprises dans la région. Au Nicaragua, la commercialisation a été très peu liée à la transformation d'ONG financières en intermédiaires bancaires agréés. Elle a plutôt été provoquée par la surabondance d'ONG de microcrédits opérant sur un marché

relativement restreint. Aiguillonnée par la concurrence directe, la commercialisation a commencé, même si les sociétés à but lucratif traditionnelles, comme les banques commerciales, ne sont pas encore entrées sur le marché.

Commercialisation et rentabilité

L'évolution de la microfinance vers une approche commerciale dépend avant tout de son niveau de rentabilité. Sans se satisfaire de la simple viabilité, les institutions de microfinance d'Amérique latine cherchent depuis longtemps à obtenir des rendements financiers qui puissent renforcer leur base de fonds propres. Le réinvestissement de bénéfices substantiels dans leurs fonds propres a ainsi permis à de nombreuses institutions de développer leur activités sans dépendre des contributions directes continues des bailleurs de fonds. On verra dans cette section que les institutions de microfinance en Amérique latine sont non seulement plus rentables que leurs homologues dans d'autres régions, mais obtiennent aussi dans certains cas des rendements supérieurs aux rendements des banques commerciales dans les mêmes zones d'activité. Même les IMF ciblant les plus pauvres, qui sont généralement moins performantes que leurs pairs desservant un segment de clientèle plus large, se rapprochent rapidement de l'auto-suffisance opérationnelle.

Les institutions de microfinance d'Amérique latine sont parmi les plus rentables au monde. Le rendement retraité des actifs atteignait en moyenne 1,4 pour cent à la fin des années 90, alors que dans les autres régions en développement, les rendements moyens étaient négatifs (voir tableau 2). Sur les 51 programmes d'Amérique latine pour lesquels le *MicroBanking Bulletin* dispose de données, 41 couvrent toutes leurs charges d'exploitation et maintiennent la valeur de leurs fonds propres par rapport à l'inflation (il est important de noter qu'il s'agit des institutions les plus performantes de la région). Quatre des cinq catégories définies dans le tableau⁵ présentent des rendements moyens retraités au titre de l'inflation positifs, et même la catégorie la moins rentable couvre toutes ses charges d'exploitation directes (tableau 2).

Non seulement plus rentables que les institutions de microfinance du reste du monde, les IMF financièrement pé-

Tableau 2 : Rendement de la microfinance en Amérique latine, 1996–1999 (en pourcentage)

| Catégorie | Rendement retraité des actifs | Autosuffisance opérationnelle ^a |
|---|-------------------------------|--|
| Toutes institutions de microfinance | -4,5 | 109 |
| Toutes institutions de microfinance d'Amérique latine | 1,4 | 125 |
| Grandes institutions, cible large ^b | 3,1 | 123 |
| Institutions reposant sur l'épargne ^b | 4,2 | 124 |
| Institutions moyennes, cible large ^b | 1,3 | 126 |
| Institutions moyennes, cible pauvre ^b | 2,3 | 128 |
| Petites institutions, cible pauvre ^b | -9,4 | 110 |

Note : les données utilisées relatives aux institutions de microfinance se rapportent à des années diverses de la période 1996-99.

a. Produit des activités de crédit divisé par les charges liées aux activités de crédit. N'inclut pas de retraitements au titre de l'inflation ni au titre des subventions reçues.

b. Voir le tableau à la page 24 pour une explication de la catégorisation des institutions.

Source : *MicroBanking Bulletin*, n°4 (février 2000) [www.calmeadow.com]

rennes d'Amérique latine enregistrent des rendements qui excèdent même ceux du secteur commercial traditionnel de la région (tableau 3).

Un troisième phénomène illustre la tendance à la rentabilité, à savoir que même les institutions de microfinance ciblant les clients les plus pauvres améliorent généralement leurs performances financières plus rapidement que celles qui servent un segment de clientèle plus large⁶ (tableau 4). Dans la dernière période du tableau 4, les institutions de taille moyenne ciblant les pauvres obtiennent de meilleurs résultats que les institutions moyennes à clientèle plus large.

Cette tendance à l'accroissement de la rentabilité constitue une évolution importante pour les ONG qui se sont engagées dans la microfinance avec un objectif de réduction de la pauvreté. Cela fournit un contrepoint intéressant à la position des anciennes institutions de microfinance à la clientèle large, qui affirment être poussées vers le haut par la concurrence. Peut-être verrons-nous bientôt sur le marché une multitude d'institutions de microfinance de nature commerciale, orientées vers le crédit, et s'adressant à un groupe de ménages beaucoup plus pauvres que les institutions pionnières ne l'avaient jamais imaginé.

Tableau 3 : Rendements du secteur de la microfinance et du secteur bancaire traditionnel en Amérique latine, juin 1999 (en pourcentage)

| Type d'institution et pays | Rendement non retraité des actifs | Rendement retraité des actifs |
|----------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| IMF financièrement | | |
| pérennes d'Amérique latine | 8,90 | 3,93 |
| Banques commerciales | | |
| Bolivie | n.a. | 0,82 |
| Chili | n.a. | 0,59 |
| République dominicaine | 1,87 | n.a. |
| Salvador | 0,19 | n.a. |
| Paraguay | 3,04 | n.a. |
| Pérou | n.a. | 0,71 |

n.a. : non applicable

Note : lorsque les banques commerciales du pays utilisent une comptabilité retraitée au titre de l'inflation, leur rendement est indiqué dans la colonne rendement retraité des actifs ; sinon, leur rendement est indiqué dans la colonne rendement non retraité des actifs.

Source : *MicroBanking Bulletin*, analyse spéciale ; Latin American Bankers' Association, décembre 1999 [www.latinbanking.com].

Tableau 4 : Rendement retraité des actifs des institutions de microfinance d'Amérique latine, par catégorie, 1997–2000 (en pourcentage)

| Année | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
|--|------|-------|-------|------|
| Grandes IMF, cible large ^a | 2,5 | 4,2 | 4,2 | 3,1 |
| IMF moyennes, cible large ^a | 7,6 | 6,3 | 4,4 | 1,3 |
| IMF moyennes, cible très pauvre ^a | — | -8,3 | -4,4 | 2,3 |
| Petites IMF, cible très pauvre ^a | — | -16,7 | -11,8 | -9,4 |

— Non disponible.

a. Voir le tableau à la page 24 pour une explication de la catégorisation des institutions.

Source : *MicroBanking Bulletin*, n° 1–4 (novembre 1997, juillet 1998, juillet 1999, février 2000) [www.calmeadow.com].

Commercialisation et concurrence

L'élément clé de la commercialisation en Amérique latine est la concurrence. De fait, commercialisation et concurrence vont de pair, l'une entraînant l'autre. Les ONG pionnières ayant démontré que le microcrédit pouvait être une activité lucrative, de plus en plus d'institutions sont entrées sur le marché. Par ailleurs, la reconnaissance progressive de la microfinance en tant qu'outil de réduction de la pauvreté a incité les autorités publiques à développer des programmes de microfinance et à pousser les institutions bancaires à entrer dans ce champ d'activité. La concurrence a ainsi conduit à l'accroissement de la pénétration du marché et, dans certains pays, à la saturation du marché et à la détérioration de la qualité du portefeuille. Cette section étudie les différents aspects de l'impact de la concurrence sur les institutions de microfinance.

Pénétration du marché et saturation

Du fait de cette prolifération des institutions de microfinance, il apparaît que l'offre de microcrédits aux microentreprises atteint un seuil de saturation dans les principales zones urbaines de certains pays, du moins pour les produits de crédit actuellement proposés. Cette conclusion sur la saturation croissante du marché trouve son écho dans les témoignages des programmes de microfinance eux-mêmes. Dans plusieurs pays, les programmes reconnaissent se faire concurrence pour les mêmes clients, parmi lesquels beaucoup détiennent des crédits de plusieurs institutions de microfinance à la fois.

Tableau 5 : Taux de risque du portefeuille des institutions de microfinance agréées en Bolivie, 1996–1999 (en pourcentage)

| Institution | 1996 | 1997 | Juin 1998 | Déc. 1998 | Avril 1999 |
|---------------------|------|------|-----------|-----------|------------|
| Los Andes | 1,1 | 3,4 | 5,8 | 5,8 | 10,0 |
| FIE | 0 | 0 | 0,3 | 1,5 | 4,5 |
| Acceso ^a | 7,0 | 20,0 | 26,7 | 19,1 | 26,1 |
| Fassil ^a | 1,0 | 8,0 | 14,2 | 12,4 | 18,2 |
| Comunidad | 0 | 1,4 | 2,6 | 5,5 | 11,4 |
| Bancosol | 0 | 2,1 | 5,8 | 4,5 | 9,3 |
| Prodem | 3,0 | — | — | 2,7 | — |

— Donnée non disponible.

a. Acceso et Fassil sont des sociétés de crédit à la consommation qui n'utilisent pas de techniques traditionnelles de crédit aux microentreprises.

Source : Statistiques de l'Office de supervision bancaire de Bolivie, extraites de : *Microfinance, Bank Regulation and Supervision: The Bolivian Case Study* (« Microfinance, réglementation et supervision bancaire : le cas de la Bolivie ») de Alfonso Arellano Gomez, German Tabares, et Robert Vogel (Development Alternatives, Microenterprise Best Practices Project, Bethesda, Md., première version, octobre 1999).

La Bolivie constitue un cas extrême de saturation du marché, résultat d'une concurrence accrue (tableau 5). Les taux de pénétration du marché estimés dans ce pays suggèrent que de nombreux clients de microcrédit sont en situation d'emprunt auprès de plusieurs institutions de microfinance à la fois. Et les agents de terrain rapportent en

Tableau 6 : Taux de pénétration du marché de la microfinance dans six pays d'Amérique latine, troisième trimestre 1999

| Pays | Taille estimée du marché ^a | Nombre de crédits en cours | Taux de pénétration du marché (en %) |
|-----------|---------------------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| Bolivie | 232 353 | 379 117 | 163 |
| Chili | 307 832 | 82 825 | 27 |
| Salvador | 136 311 | 93 808 | 69 |
| Nicaragua | 116 375 | 84 285 | 72 |
| Paraguay | 82 984 | 30 203 | 36 |
| Pérou | 618 288 | 185 431 | 30 |

a. Estimée à 50 pour cent de l'ensemble des microentreprises.

Source : CGAP, *Inventory of Microfinance Institutions in Latin America* (« Répertoire des institutions de microfinance en Amérique latine »), Washington, D.C., 1999 (annexe 1).

effet que parmi leurs clients, 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. Si l'on considère que la Bolivie avait enregistré des taux d'impayés remarquablement bas au cours de la phase initiale de développement de la microfinance, cette évolution constitue un revers dommageable pour le secteur dans son ensemble.

Estimer la pénétration du marché

La concurrence accrue et la saturation potentielle du marché soulèvent d'importantes questions sur la nature de la demande et le potentiel d'impact dans un environnement compétitif. Au mieux, l'estimation de la demande de microcrédits est un art difficile. L'estimation de la demande se heurte à deux obstacles majeurs : le manque d'informations relatives au recensement des entreprises permettant d'identifier les microentreprises, et l'offre de produits actuelle, qui limite le nombre d'individus à la fois intéressés par les produits offerts et satisfaisant aux conditions.

Les analystes ont généralement essayé de déduire la demande potentielle du marché à partir des résultats des études sur les ménages, en procédant de la façon suivante :

- La taille de la population active est déduite des données de recensement.

- Le pourcentage de la population qui s'auto-emploie ou qui travaille dans des entreprises comptant moins de cinq employés est déterminé, puis appliqué à la population économiquement active pour en déduire le nombre de personnes travaillant dans des microentreprises.

- Une estimation du nombre moyen d'employés par entreprise (normalement entre 2,5 et 3,5 en Amérique latine) permet de déduire le nombre de microentreprises potentielles.

- Un facteur de réduction (souvent de 50 pour cent) est ensuite appliqué pour tenir compte du fait que toutes les microentreprises ne sollicitent pas de prêt, ou ne satisfont pas aux conditions requises pour en obtenir un.

Le tableau 6 utilise cette approche pour estimer le marché potentiel et le taux de pénétration.

Les taux de pénétration du marché sur le long terme pourraient cependant être bien plus élevés que les données du tableau 6 ne le laissent penser. Habituellement, les programmes ne comptabilisent pas le nombre d'individus qui ont reçu des crédits dans le temps. Ils comptabilisent plutôt le nombre de crédits actuels et cumulés, ce qui n'est pas du tout la même chose. C'est un élément susceptible de modifier de façon significative notre appréhension de la demande potentielle. Ainsi, au Chili, un programme qui comptabilise ses clients par l'intermédiaire de leur numéro

Tableau 7 : Estimation du taux de pénétration à long terme du marché de la microfinance dans six pays d'Amérique latine, décennie 1990

| Pays | Taille estimée du marché ^a | Nombre d'individus servis au cours des dix années ^b | Part du marché potentiel servie au cours des dix années (en %) |
|-----------|---------------------------------------|--|--|
| Bolivie | 232 353 | 562 320 | 242 |
| Chili | 307 832 | 149 400 | 49 |
| Salvador | 136 311 | 105 300 | 77 |
| Nicaragua | 116 375 | 58 680 | 50 |
| Paraguay | 82 984 | 54 365 | 66 |
| Pérou | 618 288 | 350 888 | 57 |

a. Estimée à 50 pour cent de l'ensemble des microentreprises.

b. Fondé sur des estimations approximatives.

Source : CGAP, *Inventory of Microfinance Institutions in Latin America* (« Répertoire des institutions de microfinance en Amérique latine »), Washington, D.C., 1999 (annexe 1).

d'identification national a constaté que, bien que n'ayant que 4 000 clients actuels, il avait octroyé des crédits à 20 000 personnes différentes au cours des dix années passées.

Procédons à une analyse à long terme de la demande en microfinance dans ces six pays, en modélisant une croissance annuelle du portefeuille de crédits de 200 pour cent les trois premières années, diminuant progressivement pour atteindre 25 pour cent, et un taux de perte de clients de 20 pour cent pour l'ensemble du portefeuille de micro-crédits. On s'aperçoit qu'un nombre bien plus élevé de clients pourrait avoir été servi au cours des dix dernières années (tableau 7). S'il ne faut pas prendre l'aspect quantitatif de cette analyse trop au pied de la lettre, le principe sur lequel elle repose est assez important pour éclairer la question de la demande potentielle de produits de micro-crédit. Il y a probablement eu beaucoup plus de clients servis qu'on ne le pense, et parmi ceux qui ont quitté les programmes de microfinance, nombreux sont ceux qui se sont sans doute désintéressés des produits offerts.

Une réponse commerciale à la concurrence

Sur les marchés classiques, les entreprises traditionnelles répondent aux pressions concurrentielles en proposant des produits nouveaux et meilleurs à des prix plus compétitifs, et en augmentant leur productivité. Les institutions de microfinance se trouvant de plus en plus confrontées à des si-

tuations de concurrence accrue sur les marchés où elles opèrent, leur comportement tend à se rapprocher de celui d'entreprises classiques. Cette section passe en revue les réponses des IMF à la concurrence et identifie les domaines dans lesquels ces réponses se sont avérées peu satisfaisantes.

Dans les premières années de la microfinance, lorsque des institutions constataient qu'elles se faisaient concurrence sur un même marché, leurs responsables se réunissaient pour remédier à cette situation. La solution consistait généralement à faire des efforts visant à réduire la pression concurrentielle sur chacune des institutions—en définissant des quartiers, en distinguant des segments de marché, ou en concluant des accords de « non-concurrence » attribuant un client à la première institution arrivée.

En Amérique latine, ce comportement de type cartel a inévitablement disparu, ouvrant le champ d'une concurrence directe et effrénée. Aujourd'hui, comme dans tout autre type d'activité, la concurrence implique que les institutions de microfinance sont contraintes d'attirer ou de fidéliser davantage de clients, en étant plus à l'écoute de leurs besoins. Cette attitude compétitive est conforme à celle qu'on attendrait de toute entreprise commerciale opérant dans un environnement concurrentiel.

D'une manière générale, les institutions de microfinance commerciales ont répondu de façon compétitive à l'évolution de leur environnement, en adoptant une stratégie fon-

dée sur une meilleure adéquation aux besoins de leurs clients et une efficacité accrue. Cela se traduit par une tendance très marquée pour le crédit individuel et une amélioration des mécanismes de prestation. En revanche, dans d'autres domaines importants comme le développement de produits d'épargne, la réponse des IMF latino-américaines s'est avérée, de façon assez surprenante, très peu satisfaisante.

Vers des crédits individuels

Les effets de la concurrence se font principalement sentir dans la conception des produits de prêt, qui évoluent dans le sens d'une meilleure adéquation aux besoins de la clientèle. Sur trois des marchés de microfinance les plus concurrentiels en Amérique latine, on observe une évolution marquée au cours des dix dernières années du crédit de groupe vers le crédit individuel, une approche qui reflète la préférence des clients pour les produits de prêt individuels par rapport aux produits de groupe. Les principaux prestataires commerciaux qui entrent sur le marché choisissent tous des techniques de crédit individuel.

En 1990 au Chili, Banco de Desarrollo détenait un portefeuille également réparti entre crédits de groupe et crédits individuels, et 80 pour cent du portefeuille des ONG correspondaient à des crédits de groupe. A la fin de l'année 1999, Banco de Desarrollo avait supprimé tous ses crédits de groupe, les ONG avaient réduit leur portefeuille en termes absolus et les nouvelles banques entrant sur le marché utilisaient toutes des techniques de crédit individuel. Le crédit individuel représente actuellement plus de 90 pour cent du marché.

En 1990, la Fundación Paraguaya menait au Paraguay un programme de crédit solidaire. Neuf ans plus tard, tous les crédits octroyés à la fois par les sociétés financières et par la Fundación Paraguaya étaient de type individuel. Comme dans d'autres pays, cette évolution est particulièrement manifeste dans le fait que tous les nouveaux acteurs ne proposent que des crédits individuels.

En Bolivie, en 1990, Procredito/Caja Los Andes, FIE et les ONG formant Ecofuturo FFP distribuaient tous des crédits individuels, tandis que Prodem/Bancosol utilisait une méthodologie de groupe. Chaque méthodologie représentait environ la moitié du marché. En 1999, les nouveaux acteurs les plus dynamiques—Fassil, Banco Económico,

Acceso—étaient tous entrés sur le marché en offrant des crédits individuels, bien qu'ils aient rencontré de gros problèmes de qualité du portefeuille et n'aient pas réussi à dominer le marché comme au Paraguay et au Chili.

Une meilleure prestation des services

Cette progression des institutions de microfinance d'Amérique latine vers des produits de crédit individuel s'est accompagnée du développement de techniques innovantes dans la manière de proposer ces produits. Pour beaucoup, ces innovations reflètent les efforts entrepris par les institutions de microfinance pour se positionner favorablement sur un marché concurrentiel :

- BancoAdemi en République dominicaine et Banco Santander au Chili ont mis au point de véritables services de cartes de crédit pour leurs clients privilégiés.
- MiBanco au Pérou et Banco del Estado au Chili développent des systèmes informatisés (systèmes de scoring) pour simplifier et standardiser les décisions de crédit dans les contextes d'activités fortement décentralisées.
- Les *cajas municipales* au Pérou et Banco Solidario en Equateur octroient des crédits immédiats aux personnes qui déposent des bijoux en or en garantie.
- Financiera Calpía au Salvador, FFP Los Andes en Bolivie et Caja Municipal Arequipa au Pérou ont développé un produit de crédit à la production pour leurs clients agriculteurs.

Diversification des produits

Chose étonnante, la concurrence n'a pas entraîné une grande diversification des produits de microfinance en Amérique latine. Dans cette région, la microfinance reste fortement ancrée dans son approche initiale, à savoir le crédit ciblé aux microentreprises⁷. Les ONG de microcrédit ne se sont pas transformées en véritables « banques populaires », offrant une gamme complète de services financiers aux familles pauvres. En ce sens, la microfinance a peu évolué en terme de diversification de l'offre—elle s'est juste développée.

Les récentes études menées sur l'impact du crédit sur les ménages pauvres sont nombreuses à conclure que le crédit n'est qu'un outil financier parmi tous ceux utilisés pour at-

ténuer les conséquences d'évènements imprévus (maladie soudaine, perte d'un membre salarié du ménage, catastrophe naturelle), accumuler du capital et gérer les besoins de trésorerie quotidiens⁸. De nombreux autres services financiers peuvent également satisfaire ces besoins : comptes courants, dépôts à terme, épargne sur livret, assurance et plans de retraite ont tous un rôle à jouer dans l'amélioration de la qualité de vie des pauvres. Il n'y a pas de raison pour que les familles pauvres souhaitent moins que les autres avoir accès à ces services—si ce n'est que les produits correspondant au marché qu'elles constituent n'ont pas encore été conçus. C'est pourquoi pour faire face à ces besoins, ils sont obligés de recourir à des mécanismes non financiers, dont la plupart ont un coût très élevé.

La microfinance en Amérique latine semble être passée à côté de la mobilisation de l'épargne des clients à faible revenu. Au cours des deux ou trois dernières années, les banques commerciales ont ouvert des millions de petits comptes de dépôt dans les pays mêmes où les institutions de microfinance ont à peine totalisé 200 000 nouveaux clients. En Argentine, en Colombie, au Mexique, au Pérou et au Venezuela, les départements de crédit à la consommation des banques commerciales ont ouvert des centaines de milliers de comptes d'épargne sur livret au cours des 6 à 18 mois qui ont suivi le lancement de leur activité. Au Mexique, une banque a ouvert presque 500 000 comptes en 18 mois, et une autre 300 000 en 6 mois. En Colombie, deux banques ont ouvert 800 000 comptes en seulement 6 mois. Au Venezuela, une banque a ouvert 700 000 comptes en 18 mois. Les soldes de la plupart des comptes d'épargne sur livret ouverts par les banques commerciales dans ces cinq pays sont bien inférieurs à 500 dollars⁹.

Le « parti pris crédit » est très ancré dans la communauté de la microfinance. Même lorsque les ONG financières se transforment en intermédiaires agréés, la plupart ne se lancent pas, afin de faire évoluer leurs sources de financement, dans une stratégie active de collecte des dépôts des ménages pauvres qu'elles servent en crédit. Sur les institutions de microfinance spécialement agréées représentées dans l'étude, seules les *cajas municipales* se financent dans une large mesure à partir de l'épargne sur livret.

Cette dominance du crédit prévaut également au sein des établissements bancaires commerciaux traditionnels ré-

cemment entrés dans le champ de la microfinance. Parmi ceux de l'étude, seul Banco del Estado au Chili se finance à partir de l'épargne sur livret, mais il le faisait déjà depuis longtemps avant d'entendre parler de financement des microentreprises.

Alors que la communauté de la microfinance en Amérique latine est consciente depuis au moins dix ans du potentiel de l'épargne¹⁰, ses ONG ne se sont pas montrées très enclines à l'expérimentation dans ce domaine. Il est vrai que seules les entités financières réglementées peuvent collecter les dépôts du grand public, ce qui paraît justifié. En outre, le seul fait d'être soumis à la réglementation ne suffit pas à autoriser une institution à collecter l'épargne. C'est la position des autorités bancaires boliviennes, qui ne permettent pas aux fonds financiers privés nouvellement constitués d'accepter les petits dépôts avant qu'ils aient démontré leur capacité à le faire de manière fiable et professionnelle. Les banques commerciales traditionnelles et les sociétés financières entrées récemment sur le marché du microcrédit n'ont pas trouvé de nouvelles techniques (ni de nouvelles motivations) pour proposer des services d'épargne aux pauvres, si bien qu'elles non plus n'ont rien fait pour étendre la microfinance au-delà du crédit.

La commercialisation conduit-elle à une dérive de mission?

On entend régulièrement dire dans les forums de microfinance que ce mouvement de pérennisation—et à terme de commercialisation de la microfinance—pousse les institutions à se positionner sur un segment de marché plus « haut de gamme » que celui où elles se situeraient naturellement. La question fait l'objet de débats fréquents. Il n'est pas possible d'y répondre ici pour l'Amérique latine. Mais il ressort de cet inventaire des expériences en Amérique latine certaines données intéressantes, qui pourraient permettre d'éclairer la question « la commercialisation a-t-elle oublié les pauvres? ».

La commercialisation implique des crédits plus élevés

Les données montrent que les institutions de microfinance réglementées en Amérique latine proposent à leurs clients des crédits plus élevés que les ONG non réglementées (tableau 8). Le solde moyen dans le cas des ONG non réglementées (322 USD) est en effet à peu près le tiers de celui des institutions réglementées (803 USD). Ce rapport reste valable, bien que dans une moindre mesure, lorsque l'on examine le solde moyen des crédits en pourcentage du PNB par habitant—critère comparatif plus approprié ; celui des ONG non réglementées est inférieur de moitié à celui des institutions réglementées¹¹. A première vue, il semble donc que l'approche plus commerciale de la microfinance en Amérique latine ait laissé les pauvres sur le bord du chemin, ce qui conforterait l'argument selon lequel la déviation par rapport à la mission initiale est une conséquence inévitable de la viabilisation commerciale.

Des crédits plus élevés ne sont pas nécessairement le signe d'une dérive de mission

Cependant, le fait que les montants de prêt soient plus élevés n'est pas nécessairement le signe d'une dérive de mission. Il peut être induit par différents facteurs, dont le « facteur générationnel ». Le fait que l'institution fasse partie du groupe pionnier ou première génération des ONG de microcrédit, ou au contraire de la vague de nouveaux arrivants dans le secteur, semble avoir une influence sur le segment de marché servi. Ces différents facteurs sont examinés dans la section qui suit.

Choix. Le niveau plus élevé des montants de prêt peut simplement être le fruit d'une stratégie ou d'un choix délégué de la part des institutions de microfinance. Pratiquement toutes les institutions de microfinance établies de longue date (y compris celles qui ont commencé comme ONG) ont débuté avec l'objectif explicite de favoriser l'emploi dans le secteur de la microentreprise urbaine, de sorte que leur mission initiale n'était pas de toucher les plus pauvres mais de promouvoir le développement des petites entreprises. Elles ont initialement ciblé les microentreprises bien établies les plus susceptibles de créer de nouveaux emplois, généralement dans le secteur de la production. Avec le temps, elles se sont progressivement rapproché du petit commerce, en ciblant toujours principalement les entreprises établies, mais de toutes tailles. Dans le cas de ces ONG transformées de la première génération, il n'y a donc pas eu dérive de mission puisque leur cible initiale n'était pas « les plus pauvres parmi les pauvres » mais le développement de la petite entreprise.

L'approche adoptée par la plupart des nouveaux venus dans le secteur de la microfinance est radicalement différente. Ceux-ci peuvent être répartis en deux sous-groupes : (i) les ONG de lutte contre la pauvreté qui s'inspirent des programmes mis en place au niveau des villages en Asie et (ii) les banques commerciales cherchant à obtenir des rendements élevés auprès des segments les plus pauvres du marché de la microfinance.

Contrairement à la première génération d'ONG de microcrédit, ces nouvelles ONG cherchent à faire pratiquer aux femmes très pauvres une activité économique produc-

Tableau 8 : Solde moyen des crédits des institutions de microfinance réglementées et non réglementées en Amérique latine, troisième trimestre 1999

| Type d'institution | Nombre d'institutions | Solde moyen des crédits en cours (en dollars) | Solde moyen des crédits en pourcentage du PNB par habitant |
|---------------------------------------|-----------------------|---|--|
| Institutions financières réglementées | 78 | 817 | 47,2 |
| ONG financières non réglementées | 128 | 322 | 23,6 |

Source : CGAP, *Inventory of Microfinance Institutions in Latin America* (« Répertoire des institutions de microfinance en Amérique latine »), Washington, D.C., 1999 (annexe 1).

tive, souvent pour la première fois. Elles touchent une clientèle globalement plus pauvre que les institutions de microcrédit de la première génération. Pratiquement toutes sont des ONG non réglementées.

La grande différence entre le solde moyen des crédits des deux catégories d'institutions de microfinance (commerciales d'une part et non réglementées d'autre part) pourrait donc simplement refléter le fait que celles-ci s'adressent depuis toujours à des populations cibles différentes et ont défini des stratégies différentes pour obtenir des fonds. Les ONG non réglementées pourraient simplement avoir choisi de ne pas (pas encore, peut-être) accomplir leur transformation, ni concrétiser les liens avec le secteur financier aussi radicalement que les institutions réglementées. A cet égard, il pourrait donc n'y avoir aucun changement de mission.

Phénomène intéressant, on constate que les banques commerciales entrent sur le marché de la microfinance au même niveau (ou à peu près) que les ONG pionnières qui les ont précédées. Le tableau 9 compare les soldes de crédit moyens des institutions de microfinance dans plusieurs pays où les ONG traditionnelles cohabitent avec ces nouvelles venues (banques commerciales classiques et sociétés financières).

Cette comparaison fait apparaître un phénomène intéressant. Au Salvador et au Guatemala, les banques traditionnelles présentent des soldes moyens de crédit égaux ou supérieurs au PNB par habitant, ce qui les place dans l'échelon supérieur du secteur. Dans les autres pays, les banques traditionnelles sont entrées sur le marché de la microfinance à peu près au même niveau que les ONG (non réglementées, transformées, et réglementées) qui les ont précédées. Cette constatation laisse penser que l'effet de démonstration recherché par tant d'opérateurs il y a dix ou quinze ans, au moment où ils ont établi les premières institutions de microfinance, a sans doute réellement produit l'effet voulu. Les banques ont tendance à reproduire les techniques qui ont fait leurs preuves dans leur environnement immédiat. Une banque traditionnelle peut cibler des segments assez bas sur l'échelle socioéconomique et continuer d'obtenir de bons résultats, comme le montre Banco do Nordeste au Brésil, qui maintient un solde moyen de crédit de 253 dollars (soit 6 pour cent du PNB local par habitant).

Cela ne signifie pas que les banques commerciales traditionnelles se mettent au service des pauvres de la même manière que certaines ONG. La plupart des banques ne se fixent pas de mission qui les engage à toucher une population cible toujours plus basse sur l'échelle socio-économique.

Tableau 9 : Solde moyen des crédits des ONG et des établissements bancaires commerciaux traditionnels proposant du microcrédit en Amérique latine, troisième trimestre 1999 (en pourcentage du PNB par habitant)

| Pays | ONG de microfinance pionnières | | Institutions de microfinance strictement commerciales |
|-----------|--------------------------------|------------------------------|---|
| | Non réglementées | Transformées et réglementées | |
| Equateur | 16 | n.a. | 17 |
| Brésil | 9 | n.a. | 7 |
| Honduras | 46 | n.a. | 58 |
| Paraguay | 27 | n.a. | 43 |
| Bolivie | 28 | 89 | 94 |
| Chili | 13 | n.a. | 20 |
| Guatemala | 35 | n.a. | 94 |
| Salvador | 11 | 45 | 151 |

n.a. non applicable.

Source : CGAP, *Inventory of Microfinance Institutions in Latin America* (« Répertoire des institutions de microfinance en Amérique latine »), Washington, D.C., 1999 (annexe 1).

Mais les données, certes brutes, rassemblées ici suggèrent que lorsque les banques sont face à une bonne opportunité commerciale, elles la saisissent—quel que soit le groupe de clients—et aussi longtemps qu'elle est compatible avec leurs activités principales.

Maturité du portefeuille et groupe de clients. Ce qui apparaît comme une dérive de mission peut aussi n'être rien de plus que l'évolution naturelle des soldes de prêt moyens des ONG qui se sont transformées en institutions financières réglementées. Le montant des soldes de crédit 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?

Les programmes financés par Acción International et Internationale Projekt Consult (IPC), deux des principaux promoteurs de la microfinance en Amérique latine, nous fournissent des données pour la période 1990–1999, qui peuvent nous aider à répondre à cette question. On pourrait s'attendre à ce que le solde moyen des crédits octroyés dans le cadre de ces programmes ait fortement augmenté au cours des dix dernières années. La plupart de ces programmes étaient relativement jeunes en 1990 et leurs portefeuilles nettement dominés par les nouveaux emprun-

teurs. Tous se sont engagés dans du crédit progressif, le montant des crédits commençant bien en deçà de la capacité de remboursement des clients, et augmentant par la suite au fil de nombreux crédits à court terme. Aujourd'hui tous ces programmes ont des portefeuilles beaucoup plus matures.

On peut également s'attendre à ce que les microentreprises des clientes se soient développées, et que leur demande de crédit ait évolué en proportion. En outre, les montants moyens de crédit des institutions de microfinance doivent être replacés dans le contexte économique plus large dans lequel celles-ci opèrent : un environnement économique dynamique peut ainsi profiter aux entreprises, et donc les encourager à solliciter des prêts plus importants.

Tous ces facteurs sont susceptibles de pousser les montants des crédits à la hausse, sans que cela signifie pour les institutions de microfinance un abandon de leur groupe cible initial. Le solde moyen des crédits d'une institution de microfinance peut facilement doubler ou tripler à mesure que le programme et le groupe cible évoluent.

Les données montrent que la plupart des institutions de microfinance n'augmentent pas la taille de leurs crédits au-delà du niveau correspondant à l'évolution naturelle de

Tableau 10 : Evolution du solde de crédit moyen réel des institutions de microfinance les plus importantes en Amérique latine entre 1990 et 1999

| Institution | Solde moyen des crédits en cours, en pourcentage du PNB par habitant | | Solde moyen en 1999 en multiple du solde moyen en 1990 |
|---------------------------------------|--|-----------------------------------|--|
| | 1990 | 1999 (3 ^{ème} trimestre) | |
| FIE/FFP FIE | 91 | 99 | 1,1 |
| ACP/MiBanco | 9 | 13 | 1,4 |
| AMPES/Financiera Calpía | 27 | 42 | 1,5 |
| Propesa/Banco del Estado ^a | 11 | 20 | 1,8 |
| Prodem/FFP Prodem | 21 | 51 | 2,4 |
| Procredito/FFP Caja Los Andes | 38 | 104 | 2,7 |
| Prodem/Bancosol | 21 | 92 | 4,4 |
| Ademi/BancoAdemi | 17 | 121 | 7,1 |
| Corposol/Finamérica | 5 | 68 | 13,6 |

a. Propesa sert d'indicateur pour la communauté ONG du Chili en 1990, et Banco del Estado de représentant des banques pour 1999. Les deux institutions ne sont pas formellement liées.

Source : données d'Acción International et Internationale Projekt Consult.

leur produit et de leur groupe cible (tableau 10). Cela semble particulièrement vrai pour Prodem/FFP Prodem, FIE/FFP FIE, AMPES/Financiera Calpía, ACP/MiBanco et Propesa/Banco del Estado.

En revanche, Finamérica et BancoAdemi ont tous deux nettement évolué vers le haut. Pour Finamérica, cette évolution correspond à une stratégie de survie nécessaire en réponse à la faillite de Corposol/Finansol, dont Finamérica est issue. Dans le cas de BancoAdemi, l'évolution reflète un engagement de longue date auprès des microentreprises les plus évoluées, en particulier les entreprises du secteur productif. Il semble donc que la transformation ne conduise pas nécessairement les institutions de microfinance à investir des segments de marché plus élevés.

Conclusion

Dans la plupart des pays d'Amérique latine semble dominer une approche commerciale du microcrédit, comme le montrent le niveau élevé de rentabilité, l'intensification de la concurrence et la prédominance d'institutions régle-

mentées par rapport à d'autres régions. La commercialisation de la microfinance a été aiguillonnée par l'entrée de nouveaux acteurs dans le secteur—acteurs issus des rangs des ONG traditionnelles, mais aussi nouveaux arrivants comme les institutions bancaires formelles et non bancaires. Cette multiplication des acteurs a eu pour effet d'intensifier l'environnement compétitif, et par conséquent d'accroître la pénétration du marché, conduisant dans certains cas à une saturation du marché.

A première vue, les montants beaucoup plus élevés des crédits octroyés par les institutions de microfinance réglementées, et donc commerciales, semblent suggérer que la tendance à la commercialisation a écarté les institutions de microfinance de leur mission initiale de prestation de services aux plus pauvres. Aucun argument convaincant ne vient cependant conforter l'hypothèse qu'il s'agit là d'une dérive de mission. Le niveau plus élevé des crédits pourrait bien plutôt être le fait de différents facteurs, comme le choix de la stratégie, la période d'entrée sur le marché ou l'évolution naturelle du groupe cible.



¹ La conférence *Instituciones reguladas proporcionado servicios de microfinanzas* (Les institutions réglementées prestataires de services de microfinance) était parrainée par l'USAID.

² Il n'a pas été possible de rassembler des données à la même date pour toutes les institutions ; les données présentées dans l'annexe concernant les institutions de microfinance de l'étude correspondent donc à une date donnée à l'intérieur de la période allant du 30 juin au 31 décembre 1999. Il y a probablement 100 000 autres clients d'environ 200 autres très petites ONG qui n'ont pas été inclus dans cette étude, parce qu'il est difficile d'obtenir des données sur ces organisations. Cette présentation initiale n'inclut pas le total des crédits aux microentreprises octroyés par les coopératives d'épargne et de crédit (une section ultérieure est consacrée aux coopératives de crédit).

³ Glenn D. Westley et Sherrill Shaffer, « Credit Union Policies and Performance in Latin America », *Journal of Banking and Finance* 23 (1999), p. 1303-1329.

⁴ Beatriz Marulanda, « Here Come the Commercial Banks », in G. D. Westley et B. Branch ed., *Safe Money: Building Effective Credit Unions in Latin America* (Baltimore, Md.: Johns Hopkins University Press for Inter-American Development Bank and World Council of Credit Unions, 2000).

⁵ Pour pouvoir comparer les résultats des IMF entre elles, le *MicroBanking Bulletin* a établi quatre catégories d'institutions sur la base de quatre indicateurs : région, taille, marché cible, et type d'intermé-

diaire financier. Pour ce document, deux seulement sont intéressants : la taille (petites, moyennes ou grandes, en fonction du volume de leur portefeuille) et le marché cible (en fonction du segment de clientèle servi : clientèle très pauvre, clientèle large, clientèle aisée). Le marché cible est mesuré par le ratio du solde moyen des crédits par client sur le PNB par habitant. Voir l'annexe 2 pour une description des critères utilisés pour chaque indicateur.

⁶ *MicroBanking Bulletin*, n°4 (février 2000) [www.calmeadow.com]

⁷ Bien que de nombreux clients des programmes de banques villageoises ne soient pas des microentreprises classiques, ce sont néanmoins des microentreprises potentielles et essentiellement des clients de crédits uniquement.

⁸ Voir par exemple Sebsted et Cohen, *Microfinance, Risk Management, and Poverty* (à paraître).

⁹ Marulanda, « Here Come the Commercial Banks ».

¹⁰ Maria Otero, « A Handful of Rice: Savings Mobilization by Microenterprise Programs and Perspectives for the Future » (Acción International, Cambridge, Mass., 1989).

¹¹ Il n'a pas été possible de réaliser une mesure plus appropriée, telle que la taille médiane des crédits, car les institutions de microfinance ne structurent généralement pas leur portefeuille par catégories de montants.

ANNEXE 1: RÉPERTOIRE DES INSTITUTIONS DE MICROFINANCE EN AMÉRIQUE LATINE, 1999

| Pays et institution | Clients actifs | Encours de crédits (en dollars) | Crédit moyen (pondéré) ^a | Crédit moyen en pourcentage du PNB par habitant |
|---|----------------|------------------------------------|--|---|
| ARGENTINE | | | | |
| Non réglementées | | | | |
| Women's World Banking Argentine | 1 300 | 700 000 | 538 | 6 |
| Emprender (Acción) | 3 640 | 3 872 869 | 1 064 | 12 |
| Total | 4 940 | 4 572 869 | 926 | 10 |
| BOLIVIE | | | | |
| Réglementées | | | | |
| <i>Transformées et spécialement agréées</i> | | | | |
| Caja Los Andes | 33 685 | 30 031 000 | 892 | 96 |
| Agrocapital | 3 200 | 2 000 000 | 625 | 67 |
| FIE | 23 522 | 16 022 000 | 681 | 73 |
| Cooperativa Jesus Nazareno | 12 000 | 21 000 000 | 1 750 | 188 |
| Prodem | 42 206 | 19 700 000 | 467 | 50 |
| <i>Sous total</i> | <i>114 613</i> | <i>88 753 000</i> | <i>774</i> | <i>83</i> |
| <i>Transformées</i> | | | | |
| Bancosol | 76 679 | 66 019 000 | 861 | 92 |
| <i>Commerciales</i> | | | | |
| Credi-Agil Banco Union | 4 500 | 4 500 000 | 1 000 | 107 |
| Banco Económico (Presto) | 2 800 | 5 300 000 | 1 893 | 203 |
| Acceso | 25 000 | 25 000 000 | 1 000 | 107 |
| Fassil S.A. | 30 000 | 20 000 000 | 667 | 71 |
| <i>Sous total</i> | <i>62 300</i> | <i>54 800 000</i> | <i>880</i> | <i>94</i> |
| Total | 253 592 | 209 572 000 | 826 | 89 |
| Non réglementées | | | | |
| Promujer | 15 600 | 4 680 000 | 300 | 32 |
| Sartawi | 5 000 | 1 500 000 | 300 | 32 |
| Creceer | 14 580 | 2 419 393 | 166 | 18 |
| CRS | 7 222 | 567 000 | 79 | 8 |
| CREA (CARE) | 750 | 151 104 | 201 | 22 |
| Fondecó | 8 249 | 3 173 805 | 385 | 41 |
| Fubodem (Women's World Banking) | 4 358 | 1 735 284 | 398 | 43 |
| ANED | 41 803 | 8 451 941 | 202 | 22 |
| Fades | 27 963 | 9 778 333 | 350 | 37 |
| Total | 125 525 | 32 456 860 | 259 | 28 |
| Total | 379 117 | 242 028 860 | 638 | 68 |
| BRÉSIL | | | | |
| Réglementées | | | | |
| <i>Commerciales</i> | | | | |
| Banco do Nordeste | 35 215 | 8 907 104 | 253 | 6 |
| Banco do Povo (SP) | 1 520 | 3 058 000 | 2 012 | 45 |
| Total | 36 735 | 11 965 104 | 326 | 7 |
| Non réglementées | | | | |
| PortoSol | 1 750 | 1 856 000 | 1 061 | 24 |
| Réseau Fenape (16 institutions) | 24 000 | 8 500 000 | 354 | 8 |
| Total | 25 750 | 10 356 000 | 402 | 9 |
| Total | 62 485 | 22 321 104 | 357 | 8 |

| Pays et institution | Clients actifs | Encours de crédits (en dollars) | Crédit moyen (pondéré) ^a | Crédit moyen en pourcentage du PNB par habitant |
|---------------------|----------------|------------------------------------|--|---|
|---------------------|----------------|------------------------------------|--|---|

CHILI

| Réglementées | | | | |
|--|---------------|-------------------|------------|-----------|
| <i>Commerciales</i> | | | | |
| Banco Santander (Banefe) | 33 000 | 30 000 000 | 909 | 19 |
| Banco de Desarrollo | 15 000 | 16 000 000 | 1 067 | 22 |
| Banco Sudamericano | 8 000 | 8 000 000 | 1 000 | 21 |
| Banco del Estado (Banestado Microempresas) | 15 000 | 15 000 000 | 1 000 | 21 |
| Total | 71 000 | 69 000 000 | 972 | 20 |
| Non réglementées | | | | |
| Propesa | 3 823 | 3 821 412 | 1 000 | 21 |
| Cooperativa Liberación | 4 860 | 3 700 000 | 761 | 16 |
| Finam | 1 454 | 800 000 | 550 | 11 |
| Fundación Contigo | 1 688 | 1 091 603 | 647 | 13 |
| Total | 11 825 | 9 413 015 | 796 | 17 |
| Total | 82 825 | 78 413 015 | 947 | 20 |

COLOMBIE

| Réglementées | | | | |
|---|----------------|--------------------|------------|-----------|
| <i>Transformées et spécialement agréées</i> | | | | |
| Cooperativa Emprender (25 institutions) | 67 058 | 45 092 884 | 672 | 28 |
| <i>Transformées</i> | | | | |
| Finamérica | 10 250 | 16 774 000 | 1 636 | 68 |
| <i>Commerciales</i> | | | | |
| Caja Social | 55 000 | 26 000 000 | 473 | 20 |
| Total | 132 308 | 87 866 884 | 664 | 27 |
| Non réglementées | | | | |
| Fundación Familiar-CALI | 22 552 | 9 415 868 | 418 | 17 |
| Funcop-Popayan | 12 814 | 4 362 434 | 340 | 14 |
| Bogata | 6 816 | 3 316 808 | 487 | 20 |
| Agape | 4 887 | 359 547 | 74 | 3 |
| Ademcol | 2 363 | 140 240 | 59 | 2 |
| Fund Mario Santo Domingo | 31 500 | 10 000 000 | 317 | 13 |
| Actuar Tolima | 6 000 | 2 000 000 | 333 | 14 |
| Total | 86 932 | 29 594 897 | 340 | 14 |
| Total | 219 240 | 117 461 781 | 536 | 22 |

COSTA RICA

| Réglementées | | | | |
|-------------------------|---------------|------------------|--------------|-----------|
| <i>Commerciales</i> | | | | |
| Banco Comercio | 4 000 | 4 000 000 | 1 000 | 37 |
| ADRI | 696 | 2 136 654 | 3 070 | 113 |
| Total | 4 696 | 6 136 654 | 1 307 | 48 |
| Non réglementées | | | | |
| Finca | 7 500 | 1 360 000 | 181 | 7 |
| Adapte | 598 | 245 865 | 411 | 15 |
| Total | 8 098 | 1 605 865 | 198 | 7 |
| Total | 12 794 | 7 742 519 | 605 | 22 |

| Pays et institution | Clients actifs | Encours de crédits (en dollars) | Crédit moyen (pondéré) ^a | Crédit moyen en pourcentage du PNB par habitant |
|---|----------------|------------------------------------|--|---|
| RÉPUBLIQUE DOMINICAINE | | | | |
| Réglementées | | | | |
| <i>Transformées</i> | | | | |
| Banco Pequeña Empresa | 2 982 | 2 584 737 | 867 | 51 |
| BancoAdemi | 13 918 | 40 958 154 | 2 943 | 174 |
| Total | 16 900 | 43 542 891 | 2 577 | 152 |
| Non réglementées | | | | |
| ONG Fondomicro (7 institutions) | 31 200 | 19 500 000 | 625 | 37 |
| Aspire | 1 337 | 597 417 | 447 | 26 |
| Total | 32 537 | 20 097 417 | 618 | 36 |
| Total | 49 437 | 63 640 308 | 1 287 | 76 |
| ÉQUATEUR | | | | |
| Réglementées | | | | |
| <i>Commerciales</i> | | | | |
| Banco del Pacifico | 8 000 | 3 000 000 | 375 | 24 |
| Banco Solidario | 10 000 | 1 750 000 | 175 | 11 |
| Total | 18 000 | 4 750 000 | 264 | 17 |
| Non réglementées | | | | |
| Fundación Ecuatoriana de Desarrollo (FED) | 11 000 | 2 200 000 | 200 | 13 |
| CorpoMicro (7 institutions) | 6 542 | 650 000 | 99 | 6 |
| CRS | 9 184 | 191 000 | 21 | 1 |
| Impacto (CARE) | 13 000 | 2 515 770 | 194 | 13 |
| Insotec | 4 237 | 5 084 400 | 1 200 | 78 |
| Finca Ecuador | 3 756 | 849 070 | 226 | 15 |
| Total | 47 719 | 11 490 240 | 241 | 16 |
| Total | 65 719 | 16 240 240 | 247 | 16 |
| EL SALVADOR | | | | |
| Réglementées | | | | |
| <i>Transformées</i> | | | | |
| Financiera Calpía | 34 380 | 26 516 758 | 771 | 45 |
| <i>Commerciales</i> | | | | |
| Banco Agrícola Comercial | 6 000 | 14 000 000 | 2 333 | 137 |
| Banco Promérica | 1 000 | 4 000 000 | 4 000 | 234 |
| <i>Sous total</i> | <i>7 000</i> | <i>18 000 000</i> | <i>2 571</i> | <i>151</i> |
| Total | 41 380 | 44 516 758 | 1 076 | 63 |
| Non réglementées | | | | |
| REDES | 2 800 | 1 260 000 | 450 | 26 |
| Sec Nac Fam / Div. Microempresa | 10 674 | 1 067 400 | 100 | 6 |
| ADEL-Morazán | 1 616 | 805 851 | 499 | 29 |
| Fundación José Napoléon Duarte | 1 469 | 782 000 | 532 | 31 |
| FUSAI | 2 585 | 2 943 653 | 1 139 | 67 |
| Enlace (CRS) | 7 974 | 1 062 000 | 133 | 8 |
| ASEI | 2 810 | 463 237 | 165 | 10 |
| SUMA (CARE) | 5 000 | 360 000 | 72 | 4 |
| Centro de Apoya a la Microempresa (CAM) | 17 500 | 1 500 000 | 86 | 5 |
| Total | 52 428 | 10 244 141 | 195 | 11 |
| Total | 93 808 | 54 760 899 | 584 | 34 |

| Pays et institution | Clients actifs | Encours de crédits (en dollars) | Crédit moyen (pondéré) ^a | Crédit moyen en pourcentage du PNB par habitant |
|---|----------------|------------------------------------|--|---|
| GUATEMALA | | | | |
| Réglementées | | | | |
| <i>Commerciales</i> | | | | |
| Banrural | 21 000 | 30 000 000 | 1 429 | 94 |
| Non réglementées | | | | |
| Fundap | 5 500 | 2 750 000 | 500 | 33 |
| Cadisogua | 2 159 | 248 285 | 115 | 8 |
| Fafidess | 3 871 | 886 000 | 229 | 15 |
| Fundea | 3 000 | 1 050 000 | 350 | 23 |
| Fundap | 5 500 | 4 800 000 | 873 | 58 |
| Fundemix | 3 500 | 4 900 000 | 1 400 | 93 |
| FAPE | 1 657 | 223 656 | 135 | 9 |
| Genesis Empresarial | 25 000 | 11 500 000 | 460 | 30 |
| Total | 50 187 | 26 357 941 | 525 | 35 |
| Total | 71 187 | 56 357 941 | 792 | 52 |
| HONDURAS | | | | |
| Réglementées | | | | |
| <i>Transformées</i> | | | | |
| Financiera Solidaria (Funadeh) | 10 500 | 4 200 000 | 400 | 58 |
| <i>Commerciales</i> | | | | |
| Banco de Occidente | 25 000 | 10 000 000 | 400 | 58 |
| Total | 35 500 | 14 200 000 | 400 | 58 |
| Non réglementées | | | | |
| ODEF | 9 124 | 3 162 264 | 347 | 50 |
| COVELO | 6 870 | 3 447 392 | 502 | 73 |
| IDH | 2 279 | 281 698 | 124 | 18 |
| Herminidad de Honduras | 1 533 | 1 339 899 | 874 | 126 |
| Proyecto Hope | 2 355 | 558 269 | 237 | 34 |
| INHDEI | 907 | 1 218 424 | 1 343 | 194 |
| Finsol | 10 050 | 6 533 962 | 650 | 94 |
| Fama | 4 253 | 497 780 | 117 | 17 |
| World Relief Honduras | 17 819 | 2 258 158 | 127 | 18 |
| Finca | 16 364 | 3 379 578 | 207 | 30 |
| Total | 71 554 | 22 677 424 | 317 | 46 |
| Total | 107 054 | 36 877 424 | 344 | 50 |
| MÉXIQUE | | | | |
| Réglementées | | | | |
| <i>Commerciales</i> | | | | |
| FinComun Servicios Financieros Comunitarios | 10 000 | 1 100 000 | 110 | 3 |
| Non réglementées | | | | |
| Microcredito Santa fé Guanajuato | 1 544 | 120 432 | 78 | 2 |
| CAME | 7 000 | 500 000 | 71 | 2 |
| ADMIC Nacional | 2 870 | 545 000 | 190 | 6 |
| Finca Mexico | 3 650 | 351 807 | 96 | 3 |
| Los Emprendedores | 2 185 | 289 913 | 133 | 4 |
| Compartamos | 40 000 | 4 400 000 | 110 | 3 |
| Total | 57 249 | 6 207 152 | 108 | 3 |
| Total | 67 249 | 7 307 152 | 109 | 3 |

| Pays et institution | Clients actifs | Encours de crédits (en dollars) | Crédit moyen (pondéré) ^a | Crédit moyen en pourcentage du PNB par habitant |
|--------------------------------|----------------|------------------------------------|--|---|
| NICARAGUA | | | | |
| Non réglementées | | | | |
| Acodep | 8 000 | 2 000 000 | 250 | 61 |
| ANDES | 2 000 | 454 000 | 227 | 56 |
| Fudemi | 658 | 106 547 | 162 | 40 |
| Fudesi | 749 | 386 502 | 516 | 126 |
| Prodagros | 1 619 | 254 700 | 157 | 39 |
| Asoderev | 1 000 | 100 000 | 100 | 25 |
| Fundación León | 2 000 | 400 000 | 200 | 49 |
| Fundación José Niebrowski | 1 500 | 1 000 000 | 667 | 163 |
| Fundenuse | 1 000 | 460 000 | 460 | 113 |
| Asodenic | 2 500 | 900 000 | 360 | 88 |
| Prodesa | 1 650 | 1 400 000 | 848 | 208 |
| Promujer | 1 500 | 145 000 | 97 | 24 |
| Adopem | 15 752 | 5 943 998 | 377 | 92 |
| Chispa | 6 600 | 2 000 000 | 303 | 74 |
| Fama | 12 000 | 4 000 000 | 333 | 82 |
| Caritas Diocesana de Matagalpa | 2 522 | 388 388 | 154 | 38 |
| Asodenic | 10 568 | 1 711 802 | 162 | 40 |
| Finca Nicaragua | 12 667 | 4 757 730 | 376 | 92 |
| Total | 84 285 | 26 408 667 | 313 | 77 |

| | | | | |
|-------------------------------|---------------|-------------------|------------|-----------|
| PARAGUAY | | | | |
| Réglementées | | | | |
| <i>Commerciales</i> | | | | |
| Financiera Familiar | 7 194 | 3 960 000 | 550 | 30 |
| Interfisa Financiera | 4 869 | 3 000 000 | 616 | 34 |
| Financiera Vision de Finanzas | 8 540 | 8 680 000 | 1 016 | 56 |
| Fincrea | 1 600 | 1 200 000 | 750 | 42 |
| EFISA Financiera | 3 300 | 3 000 000 | 909 | 50 |
| Total | 25 503 | 19 840 000 | 778 | 43 |
| Non réglementées | | | | |
| Fupacodes | 4 700 | 2 300 000 | 489 | 27 |
| Total | 30 203 | 22 140 000 | 733 | 41 |

| | | | | |
|---|----------------|--------------------|------------|-----------|
| PÉROU | | | | |
| Réglementées | | | | |
| <i>Transformées et spécialement agréées</i> | | | | |
| CMACS | 88 515 | 76 654 386 | 866 | 34 |
| EDPYME Cofianza S.A.b | 984 | 596 417 | 606 | 24 |
| EDPYME Proempresa | 2 451 | 2 830 015 | 1 155 | 45 |
| EDPYME Crear Arequipa | 1 671 | 1 449 876 | 868 | 34 |
| EDPYME Credinpet | 1 795 | 2 133 533 | 1 189 | 46 |
| EDPYME Crear Tacna | 1 463 | 2 010 096 | 1 374 | 53 |
| EDPYME Nueva Vision | 445 | 629 618 | 1 415 | 55 |
| EDPYME Edyficar | 5 223 | 5 621 346 | 1 076 | 42 |
| <i>Sous total</i> | 102 547 | 91 925 287 | 896 | 35 |
| <i>Transformées</i> | | | | |
| MiBanco | 37 622 | 13 149 123 | 350 | 14 |
| Total | 140 169 | 105 074 410 | 750 | 29 |

| Pays et institution | Clients actifs | Encours de crédits (en dollars) | Crédit moyen (pondéré) ^a | Crédit moyen en pourcentage du PNB par habitant |
|----------------------------|----------------|------------------------------------|--|---|
| PÉROU | | | | |
| Non réglementées | | | | |
| Finca Perú | 5 662 | 727 565 | 128 | 5 |
| Habitat Cusco | 803 | 698 515 | 870 | 34 |
| IFOCC | 2 119 | 730 966 | 345 | 13 |
| Edaprospo | 2 713 | 182 903 | 67 | 3 |
| Habitat Trujillo | 2 242 | 1 781 933 | 795 | 31 |
| GCOD | 1 169 | 404 971 | 346 | 13 |
| Manuela Ramos | 475 | 213 241 | 449 | 17 |
| Ces Solaridad | 2 177 | 909 587 | 418 | 16 |
| Asodeco | 1 946 | 353 415 | 182 | 7 |
| Rasuhilca | 3 071 | 534 742 | 174 | 7 |
| Cámara de la Libertad | 1 426 | 832 130 | 584 | 23 |
| Fovida | 505 | 236 746 | 469 | 18 |
| Prisma MicroCredit program | 13 431 | 1 384 301 | 103 | 4 |
| Fondesurco | 1 646 | 1 343 935 | 816 | 32 |
| Promuc | 4 222 | 637 522 | 151 | 6 |
| Acude (OI) | 254 | 292 008 | 1 150 | 45 |
| Fondecap Cusco | 1 401 | 695 235 | 496 | 19 |
| Total | 45 262 | 11 959 715 | 264 | 10 |
| Total | 185 431 | 117 034 125 | 631 | 24 |

URUGUAY

Non réglementées

| | | | | |
|-------|-------|-----------|-----|----|
| FUAAM | 1 600 | 1 300 000 | 813 | 13 |
|-------|-------|-----------|-----|----|

VENEZUELA

Réglementées

Commerciales

| | | | | |
|----------|-------|-----------|-------|----|
| Bangente | 1 000 | 1 000 000 | 1 000 | 30 |
|----------|-------|-----------|-------|----|

Non réglementées

| | | | | |
|-------------------|-------|-----------|-------|----|
| Fundación Mendoza | 1 364 | 1 920 000 | 1 408 | 42 |
|-------------------|-------|-----------|-------|----|

| | | | | |
|--------------|--------------|------------------|--------------|-----------|
| Total | 2 364 | 2 920 000 | 1 235 | 37 |
|--------------|--------------|------------------|--------------|-----------|

AMÉRIQUE LATINE

| | | | | | |
|---|-----------------|------------------|--------------------|------------|-------------|
| Réglementées | 77 ^c | 807 783 | 648 564 701 | 803 | 49,0 |
| <i>Transformées et spécialement agréées</i> | 21 | 284 218 | 225 771 171 | 794 | 49,0 |
| <i>Transformées</i> | 31 | 186 331 | 170 201 772 | 913 | 71,0 |
| <i>Commerciales</i> | 25 | 337 234 | 252 591 758 | 749 | 49,0 |
| Non réglementées | 128 | 711 955 | 228 962 203 | 322 | 24,0 |
| Total | 205 | 1 519 738 | 877 526 904 | 577 | 34,0 |

Notes :

a. Le solde moyen des crédits a été calculé pour chaque institution en divisant son encours de crédits par le nombre de clients actifs. Pour le calcul des moyennes par pays ou par catégorie, l'encours de crédits total toutes institutions confondues a été divisé par le nombre total de clients.

b. EDPYME : *Entidades de Desarrollo de las Pequeñas y Micro Empresas*, agence de développement des petites et microentreprises.

c. Les chiffres de cette colonne indiquent le nombre total d'institutions prises en compte dans cet inventaire.

Annexe 2

La diversité est l'une des forces du secteur de la microfinance. Mais elle rend difficile, pour les responsables des institutions et les analystes du secteur, la comparaison des résultats des institutions entre elles. Pour résoudre ce problème, le *MicroBanking Bulletin* a établi des catégories, regroupant des programmes dont les caractéristiques sont suffisamment similaires pour permettre à leurs responsables de comparer utilement leurs résultats avec ceux des organisations de la même catégorie. Les catégories ont été définies sur la base de quatre indicateurs—région, taille, marché cible, et type d'intermédiaire financier. Deux de ces indicateurs nous intéressent ici (voir tableau) :

- Taille : le *MicroBanking Bulletin* classe les institutions en trois tailles—petites, moyennes ou grandes—en fonction du volume de leur portefeuille, de façon à ce que les institutions puissent être comparées à un même stade de croissance et de portée.
- Marché cible : le *Bulletin* répartit les institutions en trois catégories en fonction du segment de clientèle servi : clientèle très pauvre, clientèle large, clientèle aisée. Le marché cible est mesuré par le ratio du solde moyen des crédits sur le PNB par habitant.

Catégories d'institutions : critères de taille et de marché cible

| Taille | Encours de crédits (dollars U.S.) |
|--------------|--|
| Petites | <1 000 000 |
| Moyennes | 1 000 000–7 999 999 |
| Grandes | 8 000 000 ou plus |
| Marché cible | Solde moyen des crédits en pourcentage du PNB par habitant |
| Très pauvre | <20 (ou solde moyen <150\$) |
| Large | 20–149 |
| Aisé | 150 ou plus |

Source : *MicroBanking Bulletin*, n°4 (février 2000) [www.calmeadow.com].

Cette étude spéciale a été rédigée par Robert Peck Christen avec l'aide précieuse de Tamara Cook. Tous deux travaillent pour le CGAP. Le document reprend dans une large mesure l'intervention de l'auteur à la conférence *Los caminos y retos para las instituciones de microfinanzas de America Latina* (Défis et trajectoires des institutions de microfinance en Amérique latine) qui s'est tenue au Encuentro Latinoamericano de Microfinanzas à Lima, au Pérou, du 25 au 28 octobre 1999. Par la suite, des données actualisées ont pu être jointes en annexe grâce à la collaboration de nombreuses personnes, responsables des institutions de microfinance latino-américaines citées dans cette étude ou travaillant étroitement avec elles. Ces personnes sont trop nombreuses pour qu'il soit possible de les citer. Disons simplement que l'auteur souhaite exprimer toute sa gratitude à ceux qui ont accepté de répondre à cette énième demande d'information sur leur programme. Par ailleurs, des commentaires importants ont été apportés par Richard Rosenberg, Elizabeth Littlefield et Syed Hashemi, tous du CGAP. Enfin, je suis très reconnaissant à Brigit Helms et Ousa Sannanikone, également du CGAP, qui ont revu ce document de manière approfondie. L'auteur assume seul la responsabilité de toute donnée erronée ou erreur d'interprétation éventuelle.

Vos commentaires sont les bienvenus. Vous pouvez contacter Robert Christen au CGAP. Adresse e-mail : rchristen@worldbank.org

Traduction :
GRET

Édition :
Tiphaine Crenn

Production :
Meadows Design Office

N'hésitez pas à faire lire cette étude spéciale à vos collègues ou à nous demander des exemplaires supplémentaires.