

Performances sociales et Financières

W. Angora (EMP), F. Bédécarrats (Paris1/GRET-CERISE), C. Lapenu (CERISE)



Etre viable tout en servant le développement ?

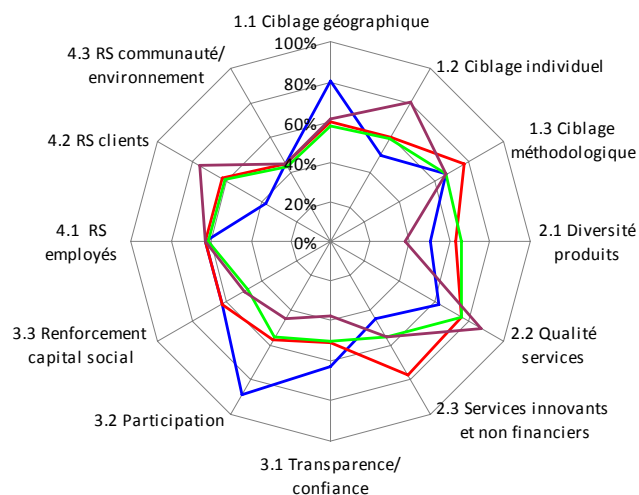
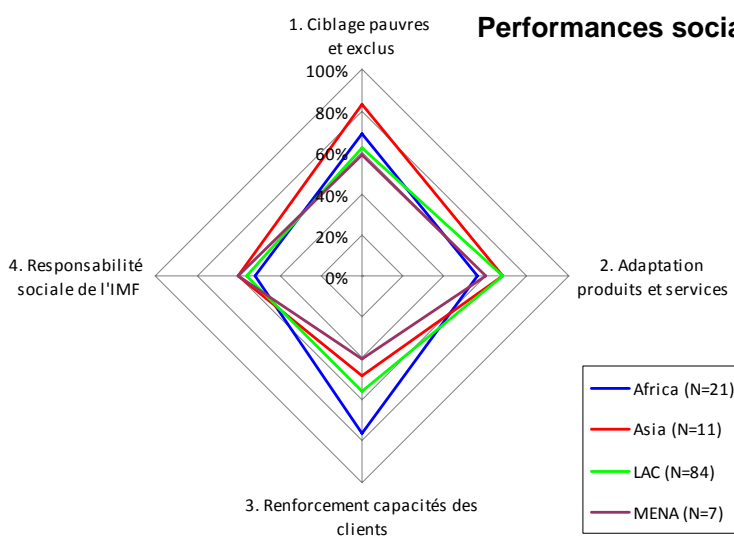
Liens entre performances sociales et financières en microfinance

La microfinance a été créée avec deux exigences fortes : sociale d'une part, pour servir le développement des populations défavorisées, financière d'autre part, de le faire de manière viable, sans dépendre de subventions extérieures. Toutefois on en sait encore peu sur la compatibilité entre ces deux objectifs: être socialement performant, est-ce un atout commercial, un coût improductif ou cela n'a-t-il simplement aucun effet sur la viabilité économique ? Cette synthèse présente une étude approfondie qui tente de répondre à cette question en croisant les résultats sociaux et financiers de 126 institutions de microfinance (IMF).

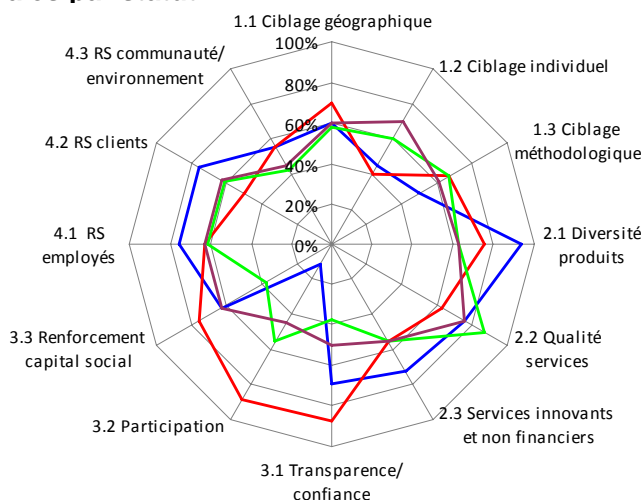
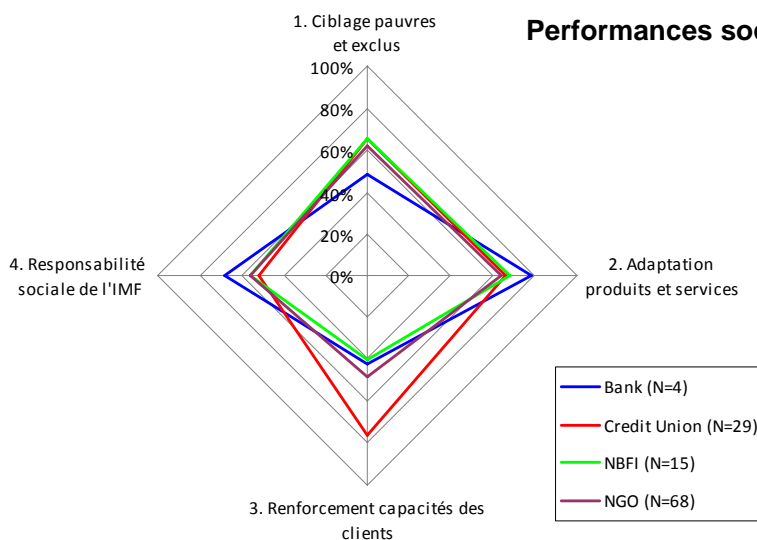
Analyses des résultats sociaux et financiers de 126 IMF

Comme sur le plan financier, les performances sociales sont généralement corrélées entre elles. Néanmoins, on remarque des tendances distinctes. Ainsi, les IMF opèrent souvent leurs choix de ciblage en fonction de critères soit géographiques (zones rurales, pauvres ou non desservies), soit individuels (femmes, pauvreté, exclusion sociale). Dans la première configuration, elles s'appuient systématiquement sur les dimensions de confiance, de participation et de proximité avec la communauté, ce qui n'est pas le cas dans l'autre. En termes de groupes de pairs, on retrouve des profils différenciés de performances sociales en fonction de la taille, de l'ancienneté ou de la zone d'intervention. Mais les différences les plus marquées sont liées à l'origine géographique et au statut des IMF.

Performances sociales par continent



Performances sociales par statut



Alors que le benchmark des institutions latino-américaines est assez équilibré, celles d'Afrique subsaharienne se démarquent par un ciblage avant tout géographique et une forte participation, mais également par peu de services innovants et non financiers et une faible responsabilité sociale à l'égard des usagers. En Asie, le ciblage méthodologique (petits montants, garanties sociales...), ainsi que les services innovants (assurance, transferts...) et non financiers sont plus développés.



Relativement au statut, les coopératives se démarquent avec des pratiques particulièrement poussées de renforcement des capacités de leur membre. En revanche, elles ciblent de manière moins volontariste des individus pauvres ou exclus, étant basées sur un principe d'auto-organisation. Les banques quant à elles montrent de très bons résultats en termes d'adaptation des produits et de responsabilité sociale, mais elles se tournent moins que les autres vers des publics défavorisés et elles présentent une participation faible. ONG et IFNB ont des profils plus équilibrés sur l'ensemble des performances sociales, les premières ayant une spécialité en termes de ciblage individuel, lorsque les secondes privilégient fréquemment la qualité des services.

Corrélation entre les performances

En réalisant, à partir de l'échantillon de 126 IMF, des calculs de corrélation par rang de Spearman croisant des données issues des audits sociaux avec les indicateurs financiers, on obtient des relations qui reflètent soit une convergence entre ces deux types de performance, soit une divergence, soit une relation non significative. Ces calculs sont reportés dans le tableau ci-dessous :

Croisement entre résultats de performances sociales et financières

	Emprunteur/ Staff	PAR 30	Op. exp ratio	OSS	ROA	# active borrowers
1. Ciblage	0,302	-0,089	0,259	-0,093	-0,034	0,152
1.1 géographique	0,381	-0,027	-0,059	-0,111	-0,144	0,182
1.2 individuel	0,014	-0,082	0,422	-0,09	0,027	0,02
1.3 méthodologique	0,257	-0,163	0,185	-0,038	0,017	0,052
2. Services	-0,166	-0,019	-0,253	-0,101	-0,098	0,138
2.1 diversité	-0,237	0,134	-0,29	-0,107	-0,158	0,074
2.2 qualité	0,072	-0,047	-0,147	-0,102	-0,078	0,255
2.3 innov. non fin.	-0,038	-0,107	0,005	-0,016	0,028	0,038
3. Capacités	0,216	0,033	-0,245	-0,209	-0,131	0,11
3.1 transparence-confiance	0,139	0,05	-0,326	-0,22	-0,206	0,101
3.2 participation	0,182	0,062	-0,196	-0,255	-0,185	0,027
3.3 empowerment	0,16	-0,008	-0,086	-0,062	0,113	0,145
4. RSE	0,199	-0,275	-0,109	0,109	0,078	0,425
4.1 salariés	0,153	-0,200	-0,143	-0,021	-0,042	0,248
4.2 clients	0,017	-0,156	-0,017	0,146	0,042	0,209
4.3 communauté	0,189	-0,197	-0,083	0,121	0,129	0,363
Total social	0,210	-0,162	-0,141	-0,093	-0,055	0,250

 Convergence significative
 Divergence significative

Gras italique Significativité à 0.01
Gras Significativité à 0.05

A l'analyse, ces résultats permettent d'émettre les assertions suivantes :

- Les institutions qui ciblent plus activement des populations pauvres et exclues tendent à avoir des coûts opérationnels plus élevés. Plus précisément, il s'avère que c'est le ciblage individuel qui implique des niveaux de dépenses supérieurs, alors que le ciblage géographique ou méthodologique sont liés à de meilleures productivités du personnel.
- Les institutions qui adaptent mieux leurs services ont de meilleurs rapports de coûts opérationnels mais la productivité de leur personnel est moins élevée.
- Les institutions les plus participatives tendent à avoir de moindres coûts opérationnels et une meilleure productivité. En revanche, leur autonomie opérationnelle et la rentabilité de leurs actifs sont moindres.
- Ce sont clairement les plus grandes institutions qui ont la meilleure responsabilité sociale, mais ce sont aussi celles qui ont le moins d'impayés.

CERISE: +33 (0) 1 40 36 92 92 www.cerise-microfinance.org cerise@globenet.org

