

IRAM

Fonds documentaire numérisé

Auteur : PIERRET, Dorothee

Titre : « Le microcrédit a-t-il quelque chose à apprendre du crédit à la consommation ? », in *Exclusion et Liens financiers, Rapport du Centre Walras 2001*, pp. 146-152

Editeur : Economica, Paris

Date : 2001

iram

Institut de recherches et d'applications des méthodes de développement
49, rue de la Glacière • 75013 Paris • France
Tél. : 33 1 44 08 67 67 • Fax : 33 1 43 31 66 31
iram@iram-fr.org • www.iram-fr.org

LE MICROCRÉDIT A-T-IL QUELQUE CHOSE A APPRENDRE DU CRÉDIT A LA CONSOMMATION ?

Dorothee Pierret¹

Après une phase d'expérimentation d'une dizaine d'années, le développement du microcrédit en France est confronté au caractère coûteux de ses opérations. En effet, l'approche très individualisée et personnalisée adoptée rend le coût de traitement d'un dossier très élevé. Promouvoir le microcrédit aujourd'hui suppose en partie de systématiser la démarche d'octroi du crédit, condition nécessaire non seulement pour réduire son coût mais aussi pour rassurer les institutions bancaires et les pouvoirs publics privilégiant une approche systématique et formalisée à une approche « au cas par cas ». L'expérience du crédit à la consommation nous paraît à ce titre riche d'enseignements. Si les objectifs initiaux sont différents, des similitudes existent pour ce qui est du produit de crédit proposé. C'est la raison pour laquelle il nous semble opportun de nous interroger aujourd'hui sur les enseignements que pourrait tirer le microcrédit de l'expérience du crédit à la consommation en terme de méthodes et de techniques de travail. La réussite financière des sociétés spécialisées dans le crédit à la consommation, due à une bonne productivité et une grande maîtrise des risques-crédit, peut donner des clés au microcrédit à la recherche d'un équilibre financier au-delà des subventions le plus souvent éphémères.

Si le crédit à la consommation et le microcrédit semblent appartenir à deux mondes : l'un étant la promotion d'un produit financier, source de profit et l'autre la mise en place d'un outil vecteur de solidarité ; le produit proposé, « le crédit » et la technique utilisée pour son octroi paraissent relativement proches. Après quelques rappels historiques, nous mettrons en évidence comment au-delà des discours, des ressemblances techniques permettent d'envisager une certaine systématisation du traitement du microcrédit.

Quelques rappels historiques

Nés dans des contextes économiques totalement opposés, le crédit à la consommation comme le microcrédit se sont développés face à l'incapacité des banques à répondre à un besoin de petit crédit pour une population aux revenus modestes.

1. Dorothee Pierret est Chargée de programme à l'IRAM (Institut de Recherche et d'Application des Méthodes de Développement), spécialisée sur les questions de microfinance, systèmes monétaires alternatifs et appui à la microentreprise.

Le crédit à la consommation

Si le crédit à la consommation existe depuis très longtemps, ce n'est qu'au XX^e siècle qu'il s'officialise et se formalise. Il est présenté comme étant le support le plus évident de l'amélioration du niveau de vie, d'abord des Américains puis des Européens. Le crédit à la consommation s'est développé sur la technique du *hire purchase* des pays anglo-saxons qui se traduit par l'engagement, par contrat, d'un débiteur pour le versement de remboursements périodiques considérés comme une rente payée pour l'utilisation de l'article. Il est demandé, en général, un apport initial au comptant et le commerçant reste propriétaire de l'article jusqu'au remboursement total.

C'est au cours des années 1920 que le crédit à la consommation fera une première percée notamment avec l'avènement de la voiture. « Le lien entre les chaînes de mensualités et chaînes de montage, d'abord pour l'automobile, ensuite pour l'électroménager, apparaît ainsi comme le principe fécondant de la civilisation industrielle »². Le crédit à la consommation connaîtra alors une forte croissance jusqu'à la moitié des années 1950, années d'équipement pour les ménages. Il connaîtra ensuite une nouvelle phase de croissance vers le milieu des années 1970 et jusqu'en 1990 la progression du crédit à la consommation reprend à un rythme rapide. Si le crédit à la consommation a plus de mal à décoller en Europe (et plus particulièrement en France) qu'aux Etats-Unis, on constate toutefois, dès le lendemain de la première guerre mondiale, que le crédit à la consommation fait une percée, laissant de côté l'image négative longtemps liée aux monts-de-piété. C'est aussi à cette époque qu'apparaissent les premières sociétés financières spécialisées (SOVAC ; DIAC ; CREG)³. Le développement du crédit à la consommation s'est alors fait sur la constatation que les salaires sont devenus la part la plus importante de la population. Ils reçoivent des revenus mensuels, sur lesquels il leur est difficile de prélever une grosse somme pour régler un achat important. Le boom démographique, l'aide à l'accession à la propriété, la disparition du chômage et une prospérité sans précédent, font exploser la demande de biens de consommation durables et facilitent la baisse de leur prix relatif. En effet, le crédit à la consommation ne peut se développer dans de bonnes conditions qu'à partir d'un certain niveau de richesse de la société. Dans les années 1950, on assiste à la création de sociétés telles que SOFINCO (Société financière industrielle et commerciale) et CETELEM (Crédit à l'équipement de ménages). Comme le souligne Henri Dunand en 1966 « l'usure est contemporaine de la misère et de la pénurie ; le crédit aux particuliers est contemporain de l'abondance industrielle »⁴. Malgré des courants défavorables, l'expansion du crédit aux particuliers en France est quasi continue entre 1970 et 2000, sans pour autant rattraper le retard pris sur des pays comme les Etats-Unis ou la Grande-Bretagne.

2. RM. Gelpi, F. Julien Labruyère, *Histoire du crédit à la consommation*, La Découverte, Paris, 1994, p.139.

3. Société pour la vente à crédit d'automobiles (SOVAC), Diffusion industrielle automobile par le crédit (DIAC), Crédit électrique et gazier (CREG)

4. Gelpi RM, Julien Labruyère F, *Histoire du crédit à la consommation*, La Découverte, Paris, 1994, p.187.

Le microcrédit

Le microcrédit s'est développé dans les années 1990 en France et constitue une nouvelle forme de crédit visant l'insertion économique de personnes en difficulté. Le microcrédit s'adresse à une population exclue du système bancaire et ne pouvant avoir accès au crédit classique. Il s'est développé dans un contexte de montée du chômage et d'une certaine remise en cause du modèle de société basée sur le salariat. En effet le microcrédit tel qu'il est pratiqué en France vise à soutenir la création de petites activités indépendantes par des personnes exclues du marché du travail. Il s'agit d'un outil pour la création de son propre emploi par le bénéficiaire. Contrairement au crédit à la consommation basé sur la société de consommation et de croissance économique, le microcrédit s'inscrit dans une période de déflation, de chômage et de crise du modèle économique.

Les premières expériences de microcrédit ont été menées dans les pays en développement, notamment au Bangladesh avec la Grameen Bank. Le concept repose sur l'idée qu'il est possible de faire crédit aux plus pauvres, sous forme de crédit de faible montant avec des petites mensualités, un encadrement important et exigeant des garanties morales et non matérielles. Les taux d'intérêt pratiqués par ce type de crédit sont relativement importants surtout dans les pays où la législation permet une certaine souplesse quant à la fixation des taux d'intérêt. Né au Bangladesh au milieu des années 1970, le microcrédit n'a été introduit en France qu'à la fin des années 1980 avec l'Association pour le droit à l'initiative économique (ADIE). Depuis on observe d'autres tentatives de mise en place de microcrédit à travers des structures comme France initiative réseau (FIR) ou encore des sociétés financières telles que la Banque solidaire du Nord-Pas-de-Calais ou la Nouvelle économique fraternelle (NEF). L'idée originelle a bien sûr été adaptée au contexte français et le nombre de bénéficiaires reste encore réduit (2 000 bénéficiaires pour l'année 1999 pour l'ADIE).

Le microcrédit en France s'inscrit dans un cadre législatif très strict qui autorise l'octroi de crédits uniquement par des sociétés financières. Si ce statut a été adopté par certains organismes, l'ADIE fonctionne sur le principe d'une dérogation accordée par la Banque de France.

Du discours ...

Entre un agent de crédit du CETELEM et un agent de crédit de l'ADIE, ce sont deux systèmes de valeur qui s'opposent. Alors que dans un cas on se situe dans la sphère du privé, de la recherche du profit, de la création de nouveaux besoins, dans l'autre il s'agit du champ de l'économie solidaire, du secteur associatif à but non lucratif.

Si dans les deux cas on parle de « crédit », il est important de souligner les nombreuses différences qui se cachent derrière ce terme générique.

La plus évidente est son objet ; la consommation dans un cas, la production dans l'autre. En effet, le crédit à la consommation est, comme son nom l'indique, destiné à des produits

immobiliers, automobile, mais aussi des biens d'équipements et des produits de consommation beaucoup plus ordinaires. Les promoteurs du crédit à la consommation visent à répondre à un besoin mais aussi à le créer au risque de surendetter le consommateur. Le remboursement du crédit fait appel à des ressources déconnectées de l'objet du crédit. A l'opposé, le microcrédit soutient des porteurs d'activités, le plus souvent des microentrepreneurs, en répondant à un besoin de financement non pris en charge par le système bancaire classique. Le remboursement du microcrédit se fait alors sur la base des revenus dégagés par l'activité soutenue par le crédit.

Nous sommes donc face à deux produits financiers le crédit à la consommation visant à la dépense, le microcrédit soutenant la production de richesses.

D'une manière plus large, il est possible de parler de différence d'objectifs. Alors que l'un est un produit de l'économie de marché, l'autre au contraire vise à en combler les lacunes. Le crédit à la consommation est un élément de développement de la société de consommation, à des fins purement commerciales. Le manque d'argent de certains devient une source de revenu pour d'autres. Le microcrédit vise par contre à combler une défaillance du système bancaire comme un outil de solidarité et d'insertion. Les acteurs mettant en œuvre ces outils sont différents: dans un cas, il s'agit du secteur associatif ou coopératif et dans l'autre, des sociétés privées à but lucratif. Même si l'on assiste actuellement à la création d'établissements bancaires spécialisés dans le microcrédit (Banque solidaire du Nord-Pas-de-Calais, NEF) qui recherchent un certain équilibre financier, la lucrativité n'est pas l'objectif final.

... à la technique

Au delà de ces différences de fond, il apparaît dans les caractéristiques du microcrédit et du crédit à la consommation un certain nombre de ressemblances techniques qu'il convient de souligner.

Microcrédit et crédit à la consommation sont des crédits d'un faible montant, à taux d'intérêt relativement élevés et accordés à la personne.

En effet, les montants sont en général situés au-dessous de 15 000 euros. La faiblesse des montants rend le niveau des taux d'intérêts peu déterminant. « Pour certains segments de consommation, où les dépenses sont de faibles montants, ce ne sont pas les taux qui ont le plus d'influence sur les comportements des acheteurs mais plutôt le niveau des mensualités et la souplesse du remboursement du crédit »⁵. Ce raisonnement prévaut tant pour le crédit à la consommation que pour le microcrédit qui s'est développé en réaction au caractère inaccessible des crédits (garanties exigées) et non sur le coût qui est souvent supérieur au système bancaire classique.

Le crédit à la consommation et le microcrédit sont des crédits accordés à la personne, c'est le profil de la personne qui va être avant tout pris en compte. Certes, dans un cas l'on s'intéressera plus à sa situation de salarié et dans l'autre à sa personnalité comme porteur de projet, mais dans

5. P. Valroff, « Une embellie générale à la consommation », *Banque*, n°595, Septembre 1998.

les deux cas c'est à l'individu que le prêt sera accordé. Ceci est encore plus vrai dans les institutions de microfinance dans les pays en développement au sein desquelles « l'information recueillie pour évaluer une demande relève plus de l'historique du crédit de la personne, de sa respectabilité au sein de son environnement social, du secteur d'activité concerné. (...) Peu de ressources humaines sont allouées à l'étude *ex ante* avec le client de son projet d'investissement »⁶. Cette situation est très différente dans les programmes de microcrédit au Nord, toutefois au-delà du projet d'investissement, une grande place est accordée à l'individu et à son histoire dans l'analyse de la demande du crédit.

La technique du « *revolving* » utilisée par le crédit à la consommation permettant au client de disposer d'une ligne de crédit permanente et s'alimentant au fil des remboursements est également utilisée par les organismes de microcrédit. Si cette technique est peu utilisée en France, elle est très utilisée aux Etats-Unis où l'on parle de *step lending* qui consiste à accorder des prêts par seuil en fonction du remboursement effectué.

Le recours au crédit à la consommation tout comme le microcrédit concerne des individus confrontés à des problèmes de trésorerie. En dehors des crédits s'adressant à une clientèle moyenne/haut de gamme, on assiste au développement de crédits à la consommation orientés vers une clientèle à faible revenu. On se rappelle de l'émotion provoquée lors de l'ouverture du magasin Crazy Georges à Bobigny proposant à ses clients un système de location avec option d'achat avec un versement hebdomadaire et un coût réel d'acquisition pouvant dépasser de 50 à 70% le montant payé comptant. La pauvreté était alors devenue un réel marché. Le microcrédit s'adresse essentiellement aux personnes exclues du système bancaire et ayant des revenus très faibles, il est également présenté parfois comme un produit financier pouvant être rentable tout en étant orienté vers les « pauvres »⁷. « Charité et bonnes affaires pourraient ainsi marcher de pair »⁸ cette critique adressée envers le microcrédit a longtemps été adressée au crédit à la consommation.

Enfin, le crédit à la consommation comme le microcrédit sont des produits qui se sont développés en dehors du système bancaire. En effet, les banques de dépôts ont longtemps ignoré le crédit à la consommation le considérant comme trop spécifique et trop risqué. C'est la raison pour laquelle le crédit à la consommation s'est développé dans le cadre d'établissements spécialisés. Ce n'est que récemment que les banques ont perçu l'intérêt que pouvait comporter le crédit à la consommation comme produit d'appel pour les autres activités.

Le microcrédit s'est également développé à l'extérieur du système bancaire classique car trop risqué, non rentable et s'adressant à une clientèle atypique. Là aussi on observe une certaine évolution du comportement des banques, notamment des banques mutualistes qui envisagent la possibilité d'octroyer des microcrédits au sein de leur établissement.

6. Discussions sur la liste de discussion « espacefinance@cirad.fr » Février 2000.

7. « Quand les pauvres séduisent les banques », *Le Monde diplomatique*, Avril 1999.

8. « Microcrédit : Le risque libéral », *Alternatives économiques*, Juillet Août 1999.

Des enseignements à tirer

Le crédit à la consommation a réussi à devenir rentable en jouant sur l'effet de masse tout en adaptant son offre à chaque micro-segment de clientèle. Ce traitement de masse se fait sur la base d'une grande technicité associant une bonne connaissance du marché et de ses acteurs et une maîtrise des produits et des risques qui leur sont attachés. Ces institutions de crédit à la consommation possèdent à la fois une bonne capacité à innover et sont parvenues à développer des techniques telles que le *scoring*, le recouvrement personnalisé et de masse, l'analyse des comportements, la segmentation des clientèles... autant d'éléments permettant d'évoquer la définition d'un nouveau métier.

Sans adopter la philosophie du crédit à la consommation, il semble que certains outils pourraient intéresser les acteurs du microcrédit. On peut citer la méthode de *scoring* qui est une technique permettant une systématisation de l'analyse des demandes de crédit. « Nous utilisons des batteries d'indices, outils d'analyse qui nous aident à prévenir la probabilité d'impayés »⁹. En effet, le crédit à la consommation repose sur un mécanisme de décision extrêmement rapide tout en évaluant le niveau de risque. Le *scoring* est un calcul automatisé de l'appréciation du risque reposant sur des calculs de probabilités, des données statistiques, et fait appel à des traitements automatisés d'informations nominatives. Des informations telles que l'ancienneté du domicile, et l'ancienneté dans l'emploi des candidats au crédit sont des éléments pris en compte dans l'analyse du dossier. Si les méthodes de *scoring* font l'objet de nombreuses critiques notamment pour ce qui est des critères d'analyse retenus, la technique elle-même peut constituer un outil intéressant pour réduire le temps de prise de décision dans l'octroi de microcrédit. L'expérience des organismes accordant des microcrédits permet aujourd'hui de disposer d'un capital d'information exploitable et permettant de tirer certains critères et règles que l'on retrouve dans le succès ou l'échec d'un microcrédit.

De même, pour ce qui est du secteur dans lequel la personne investit, on observe que les banques classiques ont créé des bases de données sur les grands secteurs d'investissement permettant d'évaluer la pertinence d'un dossier, les organismes de microcrédit sont aujourd'hui à même de produire des informations sur les secteurs de « microinvestissement » permettant de capitaliser certaines informations facilitant l'analyse d'un dossier.

Au-delà des techniques utilisées par les instituts de crédit à la consommation, il peut être également intéressant de se pencher sur la législation qui encadre ces structures de crédit. En effet on observe que les taux d'intérêt mis en œuvre dans le cadre du crédit à la consommation sont plus élevés et ne sont donc pas soumis aux mêmes règles que le microcrédit. En Angleterre, certains *Credit Union* se sont abrités derrière la législation du crédit à la consommation afin d'avoir une marge de manœuvre plus grande. Une analyse plus fine de la législation française vis-à-vis du crédit à la consommation peut être une éventualité pour échapper aux contraintes de la législation sur le crédit classique.

9. P.Valroff, « Une embellie générale à la consommation », *Banque*, n°595, Septembre 1998.

Aux Etats-Unis, on assiste au développement des centres appelés *cash point* qui permettent aux individus ne détenant pas de compte en banque de convertir un chèque en liquide ou d'émettre un chèque. Ces centres s'adressent exactement à la même cible de clientèle que les organismes de microcrédit et dégagent des marges très importantes dans la conduite de leur activité. Une idée évoquée par FINCA (association spécialisée dans le microcrédit) consiste à utiliser le modèle des *cash point* permettant à la fois de dégager une marge raisonnable tout en proposant des services acceptables en matière de microcrédit. Cette faculté de l'économie solidaire à s'approprier des outils de l'économie de marché est une voie pour créer des outils rentables financièrement. La recherche de la rentabilité n'étant pas toujours synonyme de recherche de profit.

Enfin, au-delà des enseignements positifs que l'on peut tirer du crédit à la consommation, il peut également être intéressant de se pencher sur ses écueils afin d'éviter de les reproduire. Cela concerne essentiellement la problématique liée au surendettement. En effet, il peut être dramatique pour une personne en situation précaire de se retrouver en situation de surendettement. Ce phénomène souvent dénoncé pour le crédit à la consommation commence à faire l'objet de réflexion au sein des organismes de microcrédit¹⁰. Si en France le nombre de structures de microcrédit reste extrêmement limité et l'utilisation de ces crédits relativement contrôlée, on observe dans certains pays un véritable risque de surendettement lié à la multiplication des systèmes de financement décentralisé et à la tendance des bénéficiaires à surévaluer leur besoin de crédit. Ce phénomène est accentué par le caractère fongible des crédits déclarés pour la conduite d'activités productives et utilisés en partie pour des dépenses de type « improductif ».

Si nous invitons les acteurs du microcrédit à s'intéresser davantage aux outils utilisés par le crédit à la consommation, il est important de bien distinguer ce qui relève de l'instrument et de la technique de ce qui appartient à la philosophie et à la finalité de l'instrument.

« Dans le monde de demain, un seul établissement ne pourra gérer tous les métiers de la banque. Inévitablement, il y aura des spécialisations pour couvrir des palettes de besoins. D'un modèle d'intégration verticale où une entreprise faisait tout, nous allons passer à un monde beaucoup plus relationnel, où les spécialités, de diverses origines, vont s'allier ou s'assembler »¹¹. Ce discours tenu pour le crédit à la consommation et mettant en évidence les complémentarités entre les banques et les sociétés de crédit à la consommation pourrait très bien être tenu pour ce qui concerne les programmes de microcrédit.

10. Se reporter aux échanges qui ont eu lieu sur ce thème sur la liste de discussion « Espacefinance@cirad.fr », courant du mois de février 2000.

11. *Banque*, n°595, septembre 1998