

La microfinance se met au géomarketing

• Une cartographie pour une couverture optimale du territoire

• Le surendettement des clients résolu

D'ABORD le constat. Le leadership régional du Maroc dans la microfinance est avéré. Un tiers des emprunteurs des institutions de microfinance, actives dans un pays arabe, habite au Maroc où 7% des 31,2 millions d'habitants, selon le HCP, sont considérés comme vivant en dessous du seuil national de pauvreté.

Cependant, relativise Tarik Sijilmassi, «la microfinance est surtout une des réponses à la lutte contre l'exclusion financière». Pour le président la Fédération des associations de microcrédit (Fnam), leur activité a beau être «micro, il y a de la finance dedans». Il n'empêche, insiste-t-il, que «nous ne faisons pas ce métier de militantisme social pour faire des bénéfices, mais des excédents que

nous réinjectons dans l'activité pour élargir l'assiette des bénéficiaires». C'est pour cela qu'évoquer le taux élevé pratiqué par les associations de microcrédit (AMC) met Fouad Benjelloun hors de lui. Le directeur général d'Al Amana préfère parler de «coût d'inclusion», qui se calcule, entre autres, sur la base du coût inhérent au temps d'inclusion sociale et du développement du savoir-faire des 12 associations affiliées à la Fnam qui permet la solvabilité des 800.000 clients de microcrédit. Le Royaume constitue, à une échelle plus large, un cas d'école pour analyser les processus d'inclusion financière, renchérit Youssef Errami, directeur exécutif du Centre Mohammed VI de soutien à la microfinance solidaire (CMS). C'est en cela que la commande d'une cartographie de la microfinance par l'Observatoire national de la microfinance, dirigé par Mohamed Lasri, à la filiale du groupe Capital Consulting, Urbasoft, est pertinente. Son directeur, Chamseddine Ould-Sidi-Baba, lui, présente cette nouvelle plateforme d'informations croisées comme étant un outil de géomarketing par excellence (www.cm6-microfinance.ma). Il restitue dans les menus détails le géopositionnement de chaque AMC et

donne une dimension spatiale, listant les données relatives au secteur (en termes d'acteurs en présence/couverture, de clientèle active et potentielle, de zones non couvertes...). La cartographie permet le croisement de plusieurs données, notamment macro-économiques (populations, ménages, revenus...). Pour l'expansion très rapide des institutions marocaines de microfinance et leur quasi-concentration sur un seul service, le microcrédit, un outil comme celui-là est structurant, dira Sijilmassi. Il garantit une couverture optimale du territoire. Sous ses allures de zoning, laissant croire que les AMC se livraient une concurrence, comme dans le secteur bancaire, cette cartographie donne une photographie nette de l'activité du microcrédit et permet de résoudre la problématique de l'endettement croisé. Problématique presque apurée aujourd'hui avec la réduction de 1 million à 800.000 le nombre de bénéficiaires du microcrédit. Les AMC marocaines, avec un encours de 5 milliards de DH, n'avaient de choix que de mettre de l'ordre dans leurs rangs. Sachant que l'activité du microcrédit fonctionne selon une logique de pérennité (le secteur se finance exclusivement dans le système bancaire), le taux est indexé aux principaux des AMF: coûts du crédit, de gestion, du risque et d'alimentation des fonds propres.

La crise de croissance, ayant frappé les leaders mondiaux du secteur à partir de 2007 à la suite d'une forte détérioration de leur portefeuille de prêts soumis à une montée des impayés, est passée par là. □

Bachir THIAM

