

**Le Livre Blanc
du Microcrédit
au Maroc**

Sommaire

P.4 Préambule

P.6 I- Enjeux de la Microfinance :
pauvreté, vulnérabilité et secteur informel
dans l'économie nationale.

P.9 II- Le Microcrédit :
un modèle économique spécifique.

P.13 III- Réalisations & apports du secteur
de microcrédit au Maroc.

P.19 IV- Les Perspectives de développement
du secteur.

Préambule

Parler du microcrédit, c'est d'abord s'interroger sur sa définition. Le Microcrédit consiste à fournir des prêts à court terme à des personnes à très faibles revenus, n'ayant pas accès aux services proposés par les institutions financières classiques, pour les aider à lancer leurs activités ou développer leurs affaires.

L'une des caractéristiques spécifiques du microcrédit est qu'il offre, avec un crédit de faible montant, un ensemble d'actions d'accompagnement susceptibles de renforcer les chances de succès de la micro-entreprise et donc de remboursement du crédit.

Le microcrédit est, d'autre part, associé à un projet. Il en est indissociable, car il est consenti dans le but unique de faire vivre ledit projet. Si la réussite est au bout du chemin, le microcrédit ne sera plus nécessaire: le projet aura permis à une activité génératrice de revenus ou une micro-entreprise de vivre, d'évoluer et de prendre son essor en recourant désormais aux crédits bancaires classiques.

Qu'y a-t-il de fondamental avec le microcrédit par rapport au crédit classique ?

La différence principale est qu'il est orienté sur une cible nouvelle :

les pauvres et les exclus exerçant une activité génératrice de revenus ou désirant créer leur propre TPE. Il reconnaît leurs talents, leurs besoins et leur capacité à rembourser les prêts.

En termes de coût, le microcrédit est plus important que ce que laisserait voir un simple calcul mathématique. Atteindre des clients pauvres et à faibles revenus qui n'ont jamais eu recours à des services bancaires formels demande plus de temps aux agents de développement (par opposition aux agents du crédit du système bancaire traditionnel, parce qu'ils sont chargés non seulement de veiller au processus d'octroi des microcrédits, mais aussi d'accompagner la clientèle par des actions de formation notamment, etc.) et plus d'interaction avec les clients, ce qui implique des coûts supplémentaires pour la structure de microcrédit. Il est aussi question de surmonter les problèmes d'analphabétisme.

C'est Muhammad Yunus, professeur d'Economie à l'Université de Chittagong au Bangladesh, qui fut le premier en 1975 à initier et lancer le projet des micro-crédits.

Depuis plus de 35 ans, le microcrédit est un outil au service du développement et de la lutte contre la pauvreté. Il est bien adapté à l'encouragement de micro-activités commerciales, artisanales et agricoles. Il est une source d'innovation financière, économique et sociale. Cependant, il ne peut prétendre se substituer ni aux politiques publiques de sécurité sociale, ni au développement des infrastructures nécessaires dans les domaines de la santé et de l'éducation. Il peut, par contre, renforcer l'efficacité de ces politiques et de ces programmes grâce à son réseau capillaire dans les quartiers les plus défavorisés et les zones rurales les plus reculées.

Plus de 205 millions de personnes dans le monde sont actuellement touchées par le microcrédit, parmi lesquelles plus de 137,5 millions étaient considérées comme faisant partie des plus pauvres, lorsqu'elles ont contracté leur premier emprunt. Parmi ces clients 82 % sont des femmes.

Si l'on suppose que chaque famille est composée de cinq personnes, les services de microfinance reçus par les 137,5 millions de clients les plus pauvres à la fin de 2010 ont bénéficié à environ 687,7 millions de membres de leurs familles.

L'impact de la microfinance a fait l'objet de nombreuses études professionnelles et universitaires; celles-ci ont mis en avant l'importance des services financiers dans la réduction de la vulnérabilité des populations à faibles revenus. L'impact sur la réduction de la pauvreté varie selon les régions et les types de produits financiers offerts et des recherches scientifiques sont en cours pour mieux cerner ces phénomènes.

Ce sont ces bénéfices directs ou induits qui expliquent le succès du microcrédit (et de la microfinance de façon générale), sa diffusion rapide dans plus de 80 pays en voie de développement et la reconnaissance internationale qui lui a été accordée, avec notamment l'Année Internationale du Microcrédit des Nations Unies en 2005 et l'attribution du Prix Nobel de la Paix au Professeur M. Yunus et à la Grameen Bank en 2006.

Diffusé à grande échelle dans les pays du Sud, le modèle du microcrédit a été ensuite introduit dans les pays les plus développés en réponse à l'exclusion bancaire qui frappe les populations les plus démunies ou des groupes marginalisés. La crise qui touche ces pays ne peut que renforcer le rôle des organismes de microcrédit en

accompagnement des laissés pour compte du système économique et financier. Au cours de son développement très rapide, le microcrédit n'a pas suivi un modèle unique : il s'est adapté aux conditions de chaque pays. Suivant les pays et les institutions, l'accent est mis de façon inégale sur la lutte contre la pauvreté ou l'inclusion financière. Certaines institutions se définissent comme des social business, excluant toute distribution de profit à des actionnaires privés, d'autres estiment compatibles la poursuite de leur mission sociale et une rémunération, éventuellement plafonnée, du capital investi. La diversité des statuts juridiques n'est pas moins grande.

Le microcrédit a été introduit très tardivement dans le monde arabe et plus précisément dans les pays du Maghreb. L'histoire du micro-crédit au Maroc a commencé dès le début des années 90, période durant laquelle le pays subissait encore des conséquences du programme d'ajustement structurel (PAS) des années 1980.

I - Enjeux de la Microfinance : pauvreté, vulnérabilité et secteur informel dans l'économie nationale

Le contexte économique marocain n'est pas très différent de ceux observés dans les autres pays en voie de développement qui ont intégré le système du micro-crédit. En fait, l'exclusion sociale et la pauvreté, ainsi que l'existence d'un secteur informel important, constituent, en quelque sorte, les principaux débouchés du secteur marocain du microcrédit.

1 - De la pauvreté et de la vulnérabilité

D'après le document « Evolution des niveaux de vie, des inégalités et de la pauvreté au Maroc » réalisé par le Haut Commissariat au Plan au mois de décembre 2009, entre 2001 et 2007, le taux de pauvreté relative a diminué de 15,3% à 8,9% au niveau national, de 7,6% à 4,8% en milieu urbain, et de 25,1% à 14,4% en milieu rural. Le taux de vulnérabilité a également été réduit, durant la période, de 22,8% à 17,5% au niveau national, de 16,6% à 12,7% en milieu urbain, et de 30,5% à 23,6% en milieu rural.

En termes d'effectif, si le nombre de personnes vivant au dessous du seuil de la pauvreté s'élève en 2007 à 2,8 millions personnes, il y a lieu de noter que, depuis

2001, les sorties nettes de la pauvreté se chiffraient à 284 mille personnes par an contre seulement 7 mille par an entre 1985 et 2001. La baisse sensible des indices de la pauvreté entre 2001 et 2007 est due non seulement à la croissance pro-pauvres des niveaux de vie et à la stabilité des inégalités sociales durant la période, mais aussi aux progrès sensibles réalisés dans le domaine du développement humain et une action volontaire de ciblage de la pauvreté et de la vulnérabilité.

Par ailleurs, il a été constaté qu'entre 2004 et 2007, la pauvreté a baissé de 41% dans les communes rurales ciblées par l'Initiative nationale pour le développement humain (INDH) contre 28% dans le reste des communes rurales.

Il convient cependant de noter que cette dynamique de l'ensemble « Croissance, inégalité et pauvreté » ne s'est pas opérée, dans les mêmes proportions, au niveau local, voire régional, provincial ou communal.

2 - Sur le secteur informel au Maroc

Une grande partie de la population marginalisée exerce des activités économiques classées dans le secteur informel. Ce secteur, appelé également « économie souterraine », est difficile à cerner et son intégration dans le tissu économique n'est pas une chose aisée. Toutefois, continuer à l'ignorer reviendrait à faire fi de richesses insoupçonnées. La preuve, les chiffres officiels du Haut Commissariat au Plan. Selon les résultats de l'enquête nationale sur le secteur informel en 2007, le nombre d'unités de production informelles s'est élevé à 1.550.274 unités, soit une création nette de 320.000 unités en l'espace de 8 ans ou l'équivalent de 40.000 unités par an.

Par milieu de résidence et comme cela a été relevé par l'enquête précédente de 1999, la majorité des unités de production informelles sont localisées en milieu urbain avec une proportion de 69,8%. La part des unités informelles exerçant en milieu rural a légèrement augmenté depuis 1999 passant de 28,4% à 30,2%.

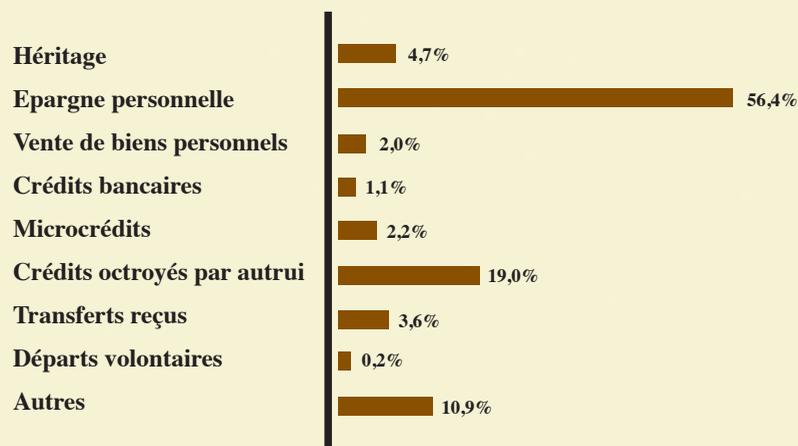
Le secteur informel est caractérisé par la prédominance de l'auto emploi : presque les trois quarts (74,9%) des unités de production informelles sont réduites à une seule personne, celles employant deux personnes constituent 17,7% et celles employant trois personnes ne représentent que 4,5%. Quant à celles qui emploient quatre personnes et plus, leur part reste faible (2,8%). Ainsi, La taille moyenne des unités informelles est de 1,4 personne, en légère baisse depuis 1999 (1,5 personne).

Les 1,55 millions d'unités de production informelles fournissent en 2007 un effectif global de 2.216.116 postes d'emploi contre 1.901.947 personnes en 1999, soit un taux d'accroissement global de 16,5%. Avec un tel effectif, le secteur informel participe pour 37,3% à l'emploi non agricole total contre 39% en 1999 et représente en 2007, 40,8% de l'emploi hors agriculture et hors administration et collectivités locales.

Analysée selon le milieu de résidence, la contribution du secteur informel à l'emploi non agricole reste plus forte dans le milieu rural avec un taux de 49,4 % contre 34,0% dans le milieu urbain, confirmant ainsi l'importance de l'activité informelle dans l'emploi non agricole rural, malgré la légère baisse enregistrée par rapport à 1999 (54,9%).

Pour le financement de la création de leur unité de production industrielle (UPI), les micro-entrepreneurs recourent essentiellement à leur épargne personnelle (56,4%) et dans une moindre mesure aux crédits octroyés par autrui (19%). Le recours aux micro-crédits reste faible (2,2%), mais représente tout de même le double du recours aux crédits bancaires (1,1%). Il y a un potentiel énorme dans le secteur national de l'informel que le secteur marocain du micro-crédit pourra bien investir pour devenir son partenaire financier privilégié et incontournable dans l'objectif d'un accompagnement vers la formalisation de ses UPI.

Les sources de financement de la création des UPI



II - Modèle de fonctionnement et coût du microcrédit

1- Le process du micro crédit et l'Inclusion financière

La proximité demeure un des principes consacrés de la microfinance. Cela se traduit concrètement par un travail de terrain tourné essentiellement vers la population cible. Ceci dans le but de s'imprégner de l'environnement social et culturel dans lequel elle évolue, de connaître les différentes activités professionnelles qu'elles exercent, d'appréhender ses besoins financiers et non financiers, et pouvoir y répondre de la manière la plus adéquate, de prendre en compte ses contraintes et difficultés découlant principalement de son statut social, du manque de ressources dont elle souffre et de son niveau d'instruction généralement assez bas.

Ce travail colossal à cheval entre le financier et le social exige de la part de l'agent de crédit de consacrer beaucoup de temps aussi bien pour sensibiliser, expliquer, vulgariser, dialoguer, convaincre que pour prospecter des clients souvent analphabètes, évaluer des micro-projets sur la base d'informations partielles, approximatives et difficilement vérifiables, faire des visites dans les lieux d'activité voire au domicile, constituer des groupes de solidarité, faire des enquêtes de moralité, débloquer les crédits, vérifier l'affectation des prêts à l'objet déclaré, assurer les remboursements et procéder, le cas échéant au recouvrement, évaluer l'impact avant le renouvellement...

Ainsi au temps consacré au recrutement du client, à l'évaluation du dossier et à la gestion du crédit, il faut ajouter le temps nécessaire à la formation, à l'accompagnement, au suivi et à l'inclusion.

Il est clair, qu'à travers cette énumération non exhaustive des tâches de l'agent de terrain que le micro-crédit est une activité de main d'œuvre très exigeante en termes de disponibilité. Pour preuve, le portefeuille clients d'un agent performant ne peut dépasser, selon les normes communément admises, 350 clients au risque de dégrader gravement de la qualité des engagements.

Le microcrédit se caractérise donc par une proximité géographique importante de la population cible, induisant une présence dans les zones éloignées et enclavées. Il suppose aussi de mener des analyses rigoureuses de l'activité génératrice de revenu

du client (AGR), ainsi que de procéder à différents tests (notamment la solidarité des groupes constitués), avant le déblocage du prêt.

En aval, le recouvrement présente aussi de fortes spécificités : manipulation de cash pour l'essentiel, impératif de visiter le client qui ne se présente pas à son rendez-vous périodique, accompagnement de ce dernier quand s'installe l'impayé, afin d'y remédier.

Ces charges d'approche, d'étude et d'accompagnement du client sont importantes, quand elles sont rapportées à des montants réduits de prêts, et indispensables, car au centre du processus d'inclusion financière.

a. L'accès à la demande

Les populations non servies par les systèmes financiers classiques se situent dans les périphéries populaires des villes et dans les douars rattachés à des communes rurales. L'objectif d'inclusion contraint l'Association de microcrédit à disposer des représentations les plus proches possibles des cibles identifiées. Cette présence réduit le coût d'accès aux clients, donne de la visibilité à l'enseigne et permet ainsi de promouvoir le développement d'activités génératrices de revenus auprès du plus grand nombre.

Dans le secteur du microcrédit au Maroc, qui dessert 800.000 clients et gère 5 milliards de DHS d'encours, les AMC sont contraintes de déployer plus de 1260 agences ; soit, par analogie, plus que les grandes Banques de la place qui gèrent 3,4 Millions de clients et 143 Milliards d'encours de crédit (x28) et qui n'ont que 1000 agences. Bien que ces agences soient moins coûteuses que dans le système bancaire, elles représentent une charge importante. Plus de 50% des agences sont localisées en milieu rural dont 30% en rural enclavé. Le rayon d'action d'une agence en rural enclavé est en moyenne de plus de 40 Km et peut atteindre 90 Km, distances induisant des charges de déplacement supplémentaires. Par ailleurs, les AMC ont aussi recours à des moyens mobiles (Véhicules guichets aménagés) pour renforcer le contact les jours de marché.

b. L'analyse de l'Activité génératrice de revenus

L'analyse poussée de l'activité envisagée du micro-entrepreneur est indispensable, avant de débloquer la somme demandée. En effet, il faut veiller à ce que la rentabilité dégagée par celle-ci soit suffisante, connaître le taux d'endettement, éviter le surendettement, estimer le chiffre d'affaire réel et les charges. Il s'agit aussi de

s'enquérir de la moralité du candidat. Une visite indispensable au lieu de travail ou au domicile permet à l'agent de vérifier les éléments du dossier, et souvent celui du garant éventuel.

Le client peut demander un prêt individuel (en général, après être passé par un groupe solidaire) ou faire partie d'un groupe solidaire. Dans les deux cas, un regard croisé est nécessaire par un autre agent qui examinera le dossier ou testera la solidarité du groupe.

On estime à environ 2 heures 30 voire 3 heures, le temps moyen passé par l'Agent avec chaque client pour dérouler son analyse financière et sociale du micro entrepreneur.

c. Le recouvrement et l'accompagnement

Après un délai de grâce éventuel, le client se fixe une périodicité de remboursement à date fixe. Environ 15% ne la respecte pas. Afin de les empêcher d'accumuler des dettes et les habituer à une discipline saine de remboursement, l'Agent est obligé de leur rendre visite, dans les jours qui suivent, ce qui lui prend pratiquement 1 heure par client. Pour les clients dont l'impayé s'installe (environ 10%), il faut compter 3 visites d'une heure chacune.

Enfin, l'Agent rend visite aussi aux clients pour assurer le suivi de leurs projets après le déblocage. En moyenne, on peut considérer que cette visite prend 1/2 heure par client.

Au total, un Agent de terrain consacrerait 4 heures par client pour l'accompagner, quel que soit le montant de son prêt. Ce processus contribue à son inclusion financière, sans compter les contacts fréquents avec le chargé de clientèle en agence lors des remboursements.

Pour desservir 800.000 clients, il est nécessaire de disposer, arithmétiquement, de 2.200 agents de terrain, de plus de 1200 agences, avec en moyenne pour chacune un chargé de clientèle ou plus.

En ajoutant à ces effectifs opérationnels l'effectif d'encadrement, on comprend pourquoi les Associations emploient 6000 personnes. Sécuriser, gérer les flux de telles organisations nécessite aussi des systèmes d'information de bon niveau et des postes de travail à un coût standard.

d. Coût des transactions

Le coût inclue les charges salariales estimées à 434 Mdhs (9%) ainsi que les dépenses de fonctionnement évaluées à 4,5% et représentant les dépenses informatiques, d'amortissement de matériel, de déplacement, de recouvrement, etc. Le coût de l'inclusion est estimé ainsi à 13,5%.

e. Coût du risque

Celui-ci représente les provisions pour créances douteuses nettes de récupérations. En moyenne, il représente 3,5% de l'encours ou la part des crédits non performants.

f. Coût financier et sources de financement

La plupart des Associations sont privées et autonomes depuis de nombreuses années. Aussi doivent-elles se financer sur le marché, ce qu'elles font à un taux moyen de 5,5%, essentiellement par des crédits à moyen et long terme. Toutefois, il y a lieu de rappeler que le secteur a bénéficié d'un soutien non négligeable au démarrage de son activité aussi bien sous forme d'assistance technique que de renforcement des fonds de crédit. Le tableau ci après résume l'importance et l'affectation de cette aide consentie aussi bien de la part des institutionnels que du privé au niveau national et international :

Synthèse des subventions reçues par le secteur

Dons pour fond de prêt	188 150 899
Subvention d'exploitation	206 906 745
Total	395 057 644

2 - Coût de l'inclusion financière de cette population

a) Coût global du process de microcrédit

Emprunter, se déployer, approcher le client, l'accompagner pour l'inclure financièrement, tout cela coûte en point mort 22,5% de l'encours.

Ce coût ne tient pas compte, de la nécessité de dégager un minimum d'excédent pour augmenter les fonds propres, afin de pouvoir lever plus de dettes et donc prêter plus.

b) Coût rapporté au montant des traites

Par rapport aux organisations financières classiques ne s'adressant pas à la cible du microcrédit, le différentiel de coût du crédit est de 8 à 10%.

Le différentiel par traite représente en moyenne 20 DHS pour un crédit moyen de 6.000 DHS sur 15 mois, par rapport à un établissement financier disposant de garanties.

c) Coût rapporté à la rentabilité des AGR

Les montants octroyés de crédit correspondent à des traites ne dépassant pas un pourcentage de la capacité de remboursement des bénéficiaires, c'est à dire les revenus procurés par l'activité financée, diminués de l'ensemble des charges.

Par ailleurs, les montants investis procurent souvent des marges supérieures à 50% au micro-entrepreneur.

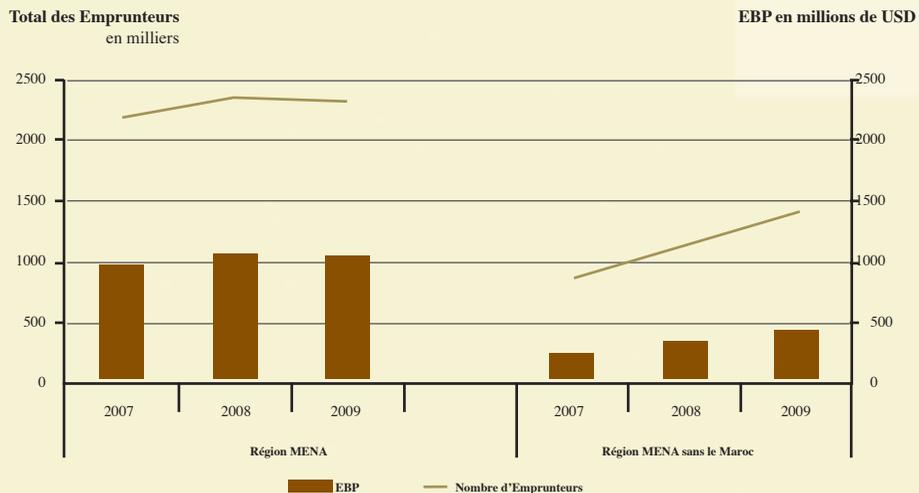
III - Réalisations & apports du secteur du microcrédit au Maroc

Le secteur marocain du microcrédit avait connu l'une des plus importantes croissances jamais observées en Microfinance dans le monde. En moins de quatre ans, de 2003 à 2007, le portefeuille des prêts des AMC a été multiplié par onze, et la clientèle par quatre (d'après Microfinance Information Exchange, « MIX »). Quelques institutions affichaient des résultats remarquables selon tous les critères de performance appliqués en microfinance, notamment l'échelle, le degré de pauvreté de la clientèle, la qualité des actifs et du suivi des bénéficiaires. Ces résultats impressionnants ne sont pas passés inaperçus, puisque les AMC marocaines ont reçu plusieurs prix internationaux (dont le prix du MIX récompensant les IMF les plus performantes et le Prix Européen de la microfinance). En 2007, le secteur de la microfinance au Maroc était l'un des plus actifs et des plus performants au monde.

Pendant très longtemps, le Maroc a été considéré comme l'un des meilleurs secteurs du microcrédit dans la région MENA. Cela s'explique par le nombre de bénéficiaires qui représente 40% des personnes servies dans la région arabe et des institutions de Microfinance (IMF) classées parmi les plus performantes dans le monde.

Au sein de la région Arabe, le Maroc et l’Egypte dominent le secteur de la micro-finance en regroupant 85% de tous les emprunteurs et 73% du portefeuille total des prêts de la région. Le Maroc se distingue par la taille de son réseau d’agences (83% du nombre total des bureaux de la région) et le nombre de son personnel (54% de l’effectif total de la région).

Tendances de portée et d’échelle avec et sans le Maroc (2007-2009)



Source : MIX Market 2007-2009
Les résultats sont les sommes issues d'une base de données comprenant 37 IMF ayant fourni des informations pour la période 2007-2009.

En moins de vingt ans, le microcrédit est devenu un instrument essentiel de la lutte contre la pauvreté au Maroc et a répondu à un véritable besoin, en raison de l’existence d’un secteur informel très important, ce qui a contribué fortement à sa réussite.

Lors de l’Année Internationale du Microcrédit « AIM », le Maroc a été récompensé par l’ONU, le 7 novembre 2005, qui lui a décerné le trophée de mérite pour ses réalisations, ce qui a incité Barid Al Maghrib à émettre un timbre dédié au secteur portant le logo de l’AIM.

Cette reconnaissance a aussi été couronnée par la signature d’un accord cadre avec le gouvernement marocain entre la primature et la Fédération Nationale des Associations de Microcrédit «FNAM » en date du 15 décembre 2005, en présence de SM le Roi, que Dieu le Glorifie.

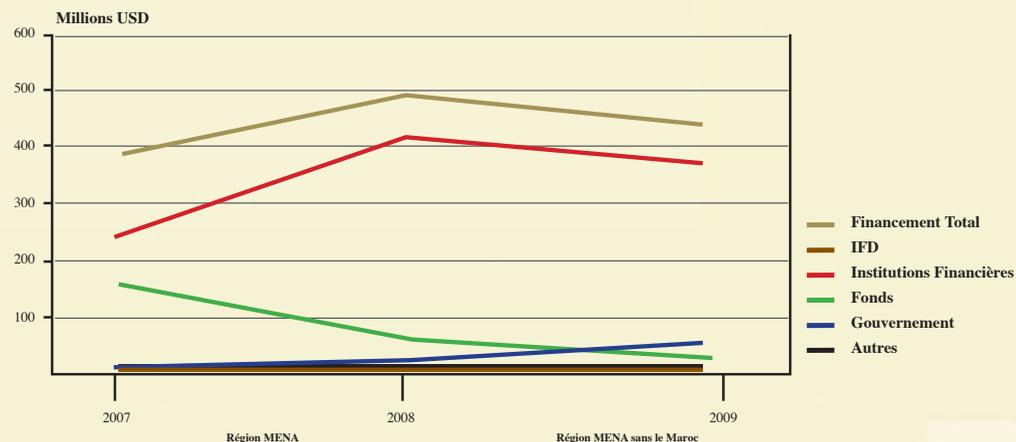
Toutes ces performances et ces succès n’auraient pas été possibles sans la conjugaison d’un certain nombre de facteurs :

- La promulgation de la loi 18/87 sur le microcrédit de 1999 qui a fourni un cadre clair pour le développement du secteur ;
- Le soutien financier du Fonds Hassan II pour le Développement Economique et Social ;
- La veille exercée par le ministère des Finances et la supervision assurée par Bank Al-Maghrib à partir de 2007 ;
- La forte implication des acteurs et leur professionnalisme.

Il est à rappeler que le secteur a également bénéficié de l’appui de la communauté internationale des bailleurs de fonds (USAID, AFD, PNUD FADES). Il faut souligner cependant que l’engagement du secteur financier marocain (banques commerciales et Fonds JAIDA) aux côtés des acteurs demeure plus important, couvrant 80% des besoins de financement du secteur, à noter que ce niveau d’engagement est spécifique au secteur marocain du microcrédit dans la région MENA.

Sans pour autant chercher à minimiser les appuis financiers (dons et subventions) des bailleurs de fonds nationaux et internationaux au développement du secteur, il est important de souligner que ces appuis restent insignifiants par rapport au montant de prêts cumulés injectés dans l’économie (38,9 milliards de DHS) et aux diverses radiations de créances douteuses estimées à 703,26 millions de DHS.

Financement par type de bailleurs



Source : MIX Market 2007-2009. Les résultats sont de sommes.

A fin septembre 2011, le secteur marocain du microcrédit comptait 795.850 clients actifs pour un encours des prêts d'environ 4,7 milliards de dirhams, servis par douze associations (AMC) dont certaines sont classées parmi les plus importantes et les plus performantes au niveau mondial. La demande est encore loin d'être satisfaite, puisqu'on estime entre 5 à 8 millions, voire 12 millions pour certains, le nombre de personnes toujours en attente de produits de la Microfinance.

1 - De l'impact du Micro-Crédit sur les bénéficiaires

Depuis le démarrage des premières opérations de prêts, le secteur a pu servir plus de 4,5 millions de bénéficiaires pour un montant total de prêts de 39 milliards de DHS.

D'après l'étude stratégique du secteur réalisée en décembre 2010, les AMC sont classées, « parmi les premiers employeurs du pays en direct (environ 6.000 emplois) et ont surtout généré une masse importante d'emplois indirects : près d'un million d'équivalents temps plein (ETP) ». A raison d'une moyenne de 4,5 membres par foyer, ce sont finalement plus de 4,5 millions de personnes qui sont impactées par le secteur de manière plus ou moins directe. Le microcrédit reste donc un acteur majeur de l'emploi au Maroc, notamment dans les zones où les taux de pauvreté et de chômage sont élevés. Le secteur est considéré comme l'un des dix premiers employeurs du pays.

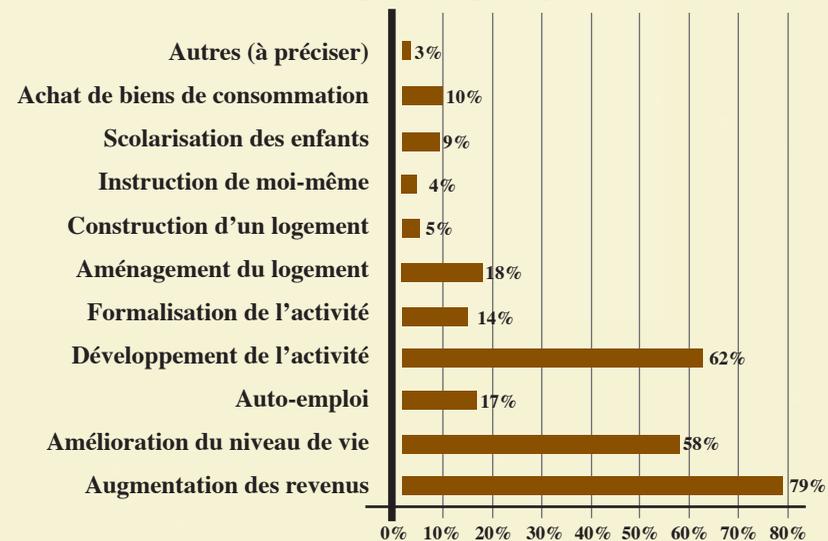
Les prêts distribués par les AMC, depuis le démarrage de leurs activités, ont profité à 55,3% aux femmes et à 46,9% pour les tranches d'âge situées entre 30 et 49 ans.

Le commerce, les services et les métiers manuels ont accaparé 73% des secteurs d'activité financés par le secteur. Le milieu urbain a concentré 63,6% des prêts distribués, contre 36,4% pour le monde rural.

Nombre de bénéficiaires servis		4 549 843
Sexe	Féminin	2 515 399
	Masculin	2 034 444
Localité	Urbain	2 892 521
	Rural	1 363 322
Âge	18 à 29 ans	657 850
	30 à 39 ans	1 113 518
	40 à 49 ans	1 020 157
	> 50 ans	905 628
Secteur	Agriculture	1 228 998
	Commerce et divers	1 512 946
	Métiers manuels	1 807 899

Une enquête récente sur les besoins financiers et non financiers des clients des AMC réalisée par le Centre Mohammed VI de Soutien à la Microfinance Solidaire a permis de relever que 93% des bénéficiaires interviewés ont confirmé l'existence de changements positifs, après avoir bénéficié du (ou des) microcrédit (s): augmentation des revenus (79%), développement de l'activité (62%), amélioration du niveau de vie (58%), aménagement du logement (18%), etc.

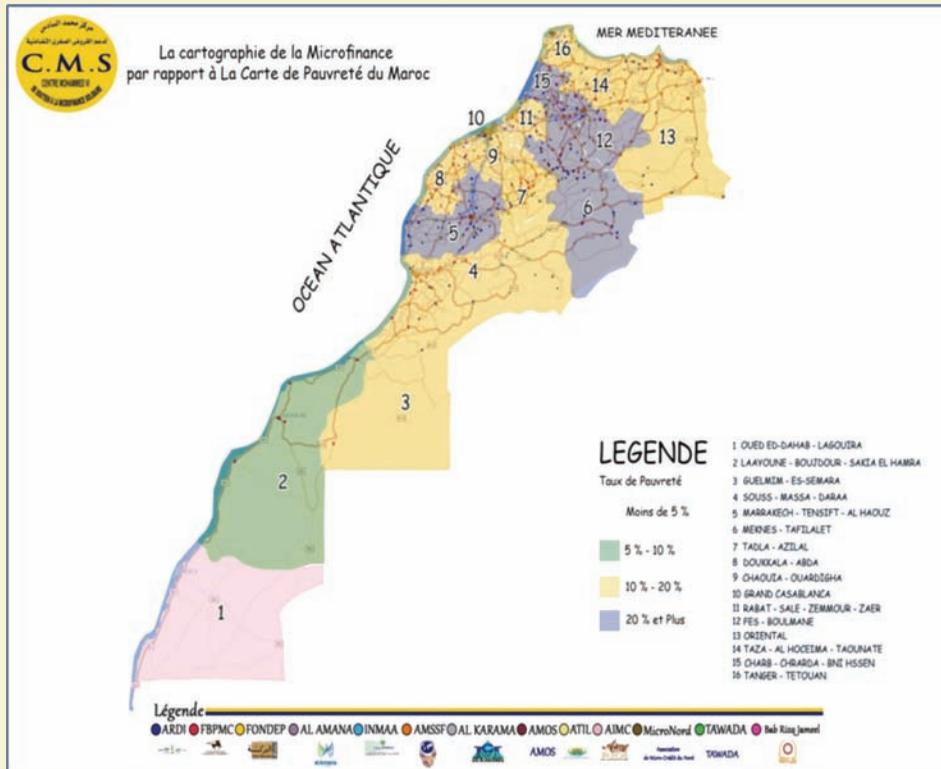
Changements positifs



2 - De l'extension de l'activité Micro-Crédit dans le Royaume et de l'importance des fonds injectés par le secteur

L'analyse de la répartition spatiale de la pauvreté montre que celle-ci est dominante en milieu rural et dans les quartiers périurbains.

Avec plus de 1.300 points de vente (52,7% en milieu urbain et 47,3% en milieu rural) et un effectif total de 5.577 personnes (dont 86,6% agents de terrains) à fin septembre 2011, les AMC sont implantées pratiquement dans toutes les régions du pays et notamment là où le taux de pauvreté est élevé, tel qu'on peut le relever dans la cartographie ci-après de la microfinance par rapport à la Carte de Pauvreté du Maroc.



Dans les régions où les taux urbains et ruraux de pauvreté et de vulnérabilité sont importants, la présence des AMC est quasiment aussi importante en termes tant d'implantations que de clients actifs et d'encours de prêts. Ainsi, par exemple, la région de Marrakech-Tensift-Al Haouz représente 10,25% du total des clients actifs du secteur à fin septembre 2011 (77.534 clients actifs) et plus de 9% de l'encours des micro-crédits accordés (soit environ 416 millions de DHS) pour des taux de pauvreté urbain et rural de respectivement 9,8% et 25,4%. De même, la région de Gharb-Chrarda-Béni Hsen représente 8,42% (63.706 clients actifs) et 9% de l'encours (plus de 387 millions de DHS) pour des taux de pauvreté urbain et rural de respectivement de 19,1% et de 25,1%.

Par type de prêts, le prêt solidaire représente 68% du cumul des montants des prêts débloqués jusqu'au 30 septembre 2011; le prêt individuel en représente 25,6% et le prêt au logement, le reste, soit 6,4%.

Quant aux services non financiers, constitués à plus de 95% de formations, ils ont profité à plus de 439.000 personnes.

En conclusion, le microcrédit a apporté au Maroc une bouffée d'oxygène pour les micro-entrepreneurs qui ont pu, grâce à cet instrument, augmenter leurs revenus et améliorer leurs situations économiques et sociales. Dans un marché potentiellement important, le micro-crédit représente désormais un des instruments de développement de l'économie sociale à travers une approche participative et intégrée qui tient compte des besoins de la population et de l'optimisation des ressources financières disponibles.

IV- Les perspectives de développement du Secteur de la Microfinance au Maroc

Diligentée par le Centre Mohammed VI de Soutien à la Microfinance Solidaire, l'étude sur les perspectives stratégiques du secteur de la Microfinance au Maroc a été menée par le Cabinet Oliver Wyman. Elle vise principalement à donner de la visibilité au secteur, élaborer une stratégie pour les 10 prochaines années et faire du secteur national de la Microfinance, un acteur clé de lutte contre la pauvreté par la création d'emplois et d'activités génératrices de revenus, mais aussi performant, pérenne et intégré dans les politiques du Royaume.

Ainsi, à l'horizon 2020, le secteur de la Microfinance, qui aura évolué vers les meilleures pratiques financières et amélioré son efficacité, devra pouvoir servir 3,2 M de bénéficiaires et créer 1,6 à 2,3 M d'ETP (équivalents temps plein) additionnels, notamment au travers d'une couverture géographique étendue et de nombreux services de qualité.

1 - Projections stratégiques

L'objectif principal assigné au secteur est la création de plusieurs millions d'emplois. Il est complété par des impératifs d'efficacité et de pérennité pour les AMC qui sont de :

- Servir, à horizon 2020, 3,2 millions de bénéficiaires actifs, objectif ambitieux nécessitant une couverture géographique étendue et des besoins mieux servis.
- Atteindre 2 millions d'ETP additionnels, poussant à améliorer la pérennité des projets financés au travers d'un meilleur accompagnement et d'une offre plus adaptée. Ceci signifie que l'encours passera de 5 milliards de Dhs actuellement à 25 milliards de Dhs en 2020, soit 1,8% du PIB.
- Maintenir le coefficient d'exploitation au niveau des Best Practices, soit 65%.
- Ramener le PAR 30 en dessous de la moyenne mondiale (3,1%).
- Assurer la viabilité financière des AMC en assurant une rentabilité au niveau de la moyenne mondiale qui est de 17%.

2 - Feuille de route

Pour cela, le secteur doit s'appuyer sur les leviers à sa disposition. 7 leviers stratégiques ont été identifiés :

- Environnement institutionnel et concurrentiel.
- Réglementation/cadre juridique.
- Gouvernance des AMC.
- Efficacité opérationnelle.
- Développement de l'offre.
- Ciblage client.
- Régionalisation.

Ces leviers sont déclinés en 48 actions et plusieurs garde-fous permettant de sécuriser la réussite des objectifs sociaux du secteur.

3 - Moyens

L'étude a fait ressortir que chaque pilier, chantier ou projet nécessitera pour sa réussite :

- Un leadership clairement affirmé, soit d'un acteur en charge du sujet (une AMC, une organisation telle la FNAM ou le Centre Mohammed VI de Soutien à la Microfinance Solidaire, ...), soit d'une personne en charge du projet.
- Des moyens de contrôle, de suivi des objectifs et de contraintes en cas d'écarts.
- Des financements adaptés.
- La mise en place de standards ou de normes communs à l'ensemble du secteur.
- Des ressources ayant une bonne connaissance du domaine pour préparer les standards et, le cas échéant, mettre en œuvre la mutualisation.

Par ailleurs, les besoins de financement du projet dès 2011 impliquent un soutien de l'ensemble des partenaires dès le démarrage, notamment :

- Des financements d'appui sous forme de programmes d'assistance technique.
- Un fonds de garantie pour certains crédits ou pans du portefeuille, afin d'encourager les prêts à destination de segments de bénéficiaires ou géographiques plus risqués.

Dans ce cadre, la FNAM a pu obtenir de l'Agence de Partenariat pour le Progrès qu'elle mobilise deux enveloppes conséquentes :

- 5,4 millions \$ dédiés à l'assistance technique des différentes AMC.
- Et 4 millions de \$ à l'appui à l'implémentation des nouvelles technologies : scoring, mobile cash, nouveau SIG,

L'implémentation de cette importante stratégie nécessite la mise en place d'un véritable programme de transformation et notamment des structures et des Ressources Humaines au niveau de la FNAM organisés en Project management office (PMO) qui auront à leur charge 5 grandes fonctions :

- Structuration claire et pilotage de projet.
- Ciblage des efforts et cadencement des initiatives.
- Mise en place d'une approche méthodologique.
- Mobilisation des ressources.
- Mise en œuvre d'indicateurs de suivi des inputs et outputs.

Un contrat programme avec l'Etat et une stratégie de communication ne peuvent que renforcer et accélérer la mise en place de cette feuille de route indispensable au développement du secteur.

Il apparait clairement que le secteur du microcrédit au Maroc peut constituer un levier incontournable dans la lutte contre la pauvreté et l'amélioration des conditions de vie des populations cibles à travers la création des emplois et des activités génératrices de revenu. De par ses acquis, son expérience et sa proximité, il doit être contenu dans les différentes politiques du Royaume (emploi, éducation, santé, infrastructures de base, ...) visant le développement socio-économique des régions défavorisées.

