

Mode du microcrédit Au Pérou : femmes et stratégies sociales

Un entretien avec Rosina Valverde,

économiste, directrice
de MIDE (Microcrédit
pour le développement),
Pérou.

L'Assemblée générale des Nations unies a proclamé 2005 Année internationale du microcrédit, afin de saluer la contribution du microcrédit dans l'allègement de la pauvreté. Durant cette année, Défis Sud consacre une rubrique aux débats qui entourent le domaine de la microfinance. A contre-courant de l'approche commerciale qui semble gagner de plus en plus de terrain au sein de la microfinance, Rosina Valverde, directrice du MIDE, au Pérou, affirme que l'impact social doit primer sur la rentabilité économique.

DS Vos clients sont essentiellement des femmes. Pourquoi ?

► **Rosina Valverde** : Dans les zones rurales, les femmes souffrent doublement de la pauvreté sociale et économique. Victimes de relations de pouvoir très inégalitaires au sein de la famille et de la communauté, leur travail n'est pas valorisé et leur initiative est fortement limitée. Dans ce contexte, le microcrédit constitue un catalyseur du changement social : il peut contribuer à renforcer les capacités des femmes en matière sociale, économique et politique.



Pour certaines clientes en Amérique latine, l'accès au microcrédit correspond à une véritable stratégie sur le long terme.
Photo : Sean Sprague/ Panos.

DS Quels services et produits offre MIDE ?

► **RV** : Des produits de microcrédit essentiellement, mais aussi d'épargne. Ils ont été conçus en essayant de répondre aux besoins des différentes catégories de bénéficiaires, en particulier les plus pauvres. A travers la modulation des montants alloués, des taux d'intérêt demandés et des différents coûts opérationnels, nous pouvons être présents également dans les zones plus déprimées.

DS Quels sont vos différents types de clients ?

► **RV** : Nous avons identifié trois segments de marché. Le premier est celui de micro-unités économiques rurales, gérées à 90% par des femmes, que ce soit dans le petit élevage ou le commerce de produits agricoles. Ici, toutes les bénéficiaires appartiennent à des organisations sociales de base, telles des comités de mères, des clubs de femmes ou d'autres. Presque la totalité d'entre-elles manipu-

lent des capitaux financiers inférieurs à 200 euros. Dans le second segment figurent des femmes non organisées. Enfin, le troisième segment compte des micro-entreprises rurales, des petits commerces tels des boulangeries, des épiceries ou des restaurants, ainsi que des activités d'élevage et de commercialisation de bétail à plus grande échelle. Plus de la moitié de ces clients ont une capacité d'investissement supérieure à 150 euros.

DS Peut-on dire que votre objectif est social plutôt qu'économique ?

► **RV** : Oui, mais ces deux objectifs vont ensemble : une approche uniquement économique ne suffit pas pour venir au bout des problèmes dont souffrent nos bénéficiaires. Ainsi, afin qu'elles prennent conscience de leur situation, nous employons énormément de méthodologies participatives, notamment des ateliers. Le processus d'accompagnement commence toujours par le renforcement de l'estime de soi et par l'identification des objectifs que les femmes souhaitent atteindre avec le crédit. Nous les encourageons également à réfléchir à leur capacité de gestion et de remboursement, au montant qu'elles veulent emprunter et au contexte économique dans lequel elles doivent agir. Elles doivent penser, par exemple, aux mécanismes de fixation des prix sur les marchés. Sans cette prise de conscience du réel pouvoir d'incidence qu'elles ont sur les différents domaines de leur vie (au sein du couple, du marché local et international), la contribution du microcrédit sera toujours limitée.

DS Pourquoi ?

► **RV** : Nombre de nos clientes parviennent, sans effort, à améliorer leur activité initiale, trans-

formant, mettons, le lait en yogourt. Mais une fois sur le marché, elles doivent concurrencer avec des yogourts importés, à des prix très bas... Il serait donc prétentieux d'affirmer que le microcrédit suffit pour sortir les gens de la pauvreté. Si nous les aidons à s'intégrer au système, il faut également s'interroger sur les caractéristiques de celui-ci. Et il se trouve que le capitalisme est marqué par l'exclusion et l'inégalité.

DS **Justement, l'une des critiques formulées à l'égard de la microfinance est que ceux qui en bénéficient restent au même niveau socio-économique, souvent de survie...**

RV : Il y a un mois, lors d'une visite d'une de nos agences du secteur rural, je me suis entretenue avec une des clientes, très humble, sur le montant et les raisons du crédit qu'elle demandait. Elle m'a répondu qu'elle voulait demander 100 soles (25 euros) pour les destiner à un petit élevage d'animaux. C'était la neuvième fois déjà qu'elle empruntait. Mais après un moment, elle me confia qu'en réalité elle consacrait l'argent à l'éducation de sa fille... Cela donne à penser que l'impact du microcrédit ne peut pas être mesuré uniquement en termes économiques, quantifiables. Il faut partir également du point de vue des gens. Dans le cas de cette femme, l'impact du crédit ne va pas se refléter nécessairement sur son activité productive, ni sur la qualité de sa maison. Mais elle a donné priorité à un aspect stratégique comme la formation de sa fille. Elle m'a même dit qu'elle l'avait inscrite à un cours d'anglais.

DS **Supposons alors que l'une de vos clientes fasse faillite et ne paye pas le crédit, tout en prenant conscience de sa situation, des injustices dont elle est objet, etc. Est-ce une bonne affaire pour vous ?**

RV : Oui. Le taux de retard de paiement envers le MIDE varie, selon les années, entre 3%, 4% voire 6% du total du portefeuille à plus haut risque, soit celui des prêts à 30 jours. La question est de voir comment nous analysons ces chiffres. Dans la majorité des cas, les retards de paiement sont la conséquence de problèmes de santé du client ; dans d'autres cas, c'est que l'affaire entreprise n'a tout simplement pas marché. Mais qu'en pense la cliente ? Parfois elle décide de ne pas renouveler le crédit, tout en s'engageant à rembourser peu à peu sa dette. Si c'est sa décision, nous aurons obtenu un résultat en matière d'auto-gestion du client. C'est un résultat social.

DS **Combien d'institutions de microfinance existent dans votre zone ?**

RV : Il y en a trois. La banque commerciale n'est pas encore présente parce que ce n'est pas assez

rentable pour elle. Mais aucune des trois ONG ne partage notre vision des choses : la commercialisation de la microfinance gagne de plus en plus de terrain...

DS **Que reprochez-vous à la commercialisation de la microfinance ?**

RV : Le développement institutionnel associé à cette approche est justifiable, mais pas aux dépens des gens. Pourquoi donner plus de crédit à une personne si l'on sait qu'elle ne pourra pas le rembourser ? Rien que pour accroître le portefeuille de clients ? Nombre de personnes empruntent de l'argent à différentes institutions de crédit au risque du surendettement. Est-ce que cela va les aider à sortir de la pauvreté ? Certains rétorqueront qu'on ne peut pas tout demander à la microfinance, mais cet argument ne fait que couvrir nos responsabilités.

DS **Quel rôle joue l'Etat péruvien dans la microfinance ?**

RV : Il joue plutôt contre. En tant qu'ONG de crédit nous payons l'IGB (l'Index boursier général), soit 19% sur les revenus provenant des intérêts perçus. De ce point de vue, nous sommes désavantagés par rapport aux banques commerciales qui ne payent, elles, que l'impôt sur les revenus, actuellement de 30%. Mais ces derniers temps, on parle de nous faire payer également l'impôt sur les revenus... c'est ne rien comprendre aux microfinances rurales !

DS **Comment évaluez-vous votre travail ?**

RV : En termes de pertinence. Nous demandons toujours à nos bénéficiaires si cela vaut la peine de continuer notre travail. A cette fin, nous organisons chaque année une rencontre de prestataires, « MIDE et ma vie », au cours de laquelle elles évaluent notre institution.

DS **Tout cela a peu de rapport avec la rentabilité ou d'autres critères employés normalement pour mesurer l'efficacité d'une institution financière...**

RV : C'est vrai. Mais l'aspect financier ne suffit pas. Cela dit, nous nous en sortons dans ce domaine aussi. Certes, nous avons connu des périodes très mauvaises, mais actuellement nous parvenons à couvrir nos frais de fonctionnement, sans devoir employer les fonds provenant des donations. Au début, personne n'a voulu subventionner notre projet. Nous avons alors été obligées d'emprunter de l'argent à des banques commerciales. Sommes-nous viables ? Je crois qu'à long terme c'est l'épargne des gens qui va pérenniser le microcrédit. Pour nous, la viabilité économique va main dans la main avec la viabilité sociale. ■

**MIDE :
les clientes d'abord**

Implantée dans la région du Cusco, au sud du Pérou, MIDE (Microcrédito para el desarrollo) s'est spécialisée dans le microcrédit pour femmes, tant du milieu rural qu'urbain. Dans une zone à géographie difficile, la population rurale est très dispersée. Economiquement très pauvres, les familles vivent dans des habitations précaires, et la production agricole leur sert essentiellement à l'autosubsistance. Active depuis 1999, cette ONG de taille moyenne, compte actuellement 4 100 clients. Les crédits accordés servent à alimenter des petites activités productives et commerciales, mais aussi à financer des micro-entreprises. Le montant du capital géré par les bénéficiaires varie ainsi selon les activités : de 50 soles (12,5 euros) jusqu'à plus de 2000 soles (500 euros).